



Instituto Politécnico de Coimbra

Instituto Superior de Contabilidade
e Administração de Coimbra

Nuno Miguel Ferreira Paixão

Responsabilidade Social na indústria alimentar
Relatório de Estágio – Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A.

Responsabilidade Social na indústria alimentar

Nuno Miguel Ferreira Paixão

ISCAC | 2019

Coimbra, Outubro de 2019



Instituto Politécnico de Coimbra

Instituto Superior de Contabilidade
e Administração de Coimbra

Nuno Miguel Ferreira Paixão

Responsabilidade Social na indústria alimentar

Relatório de estágio submetido ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de **Mestre em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial**, realizado sob a orientação da Professora Maria de Fátima Conde e supervisão de Sandra Maria Batista Padilha.

Coimbra, outubro de 2019

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaro ser o autor deste relatório de estágio, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido a outra Instituição de ensino superior para obtenção de um grau acadêmico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas e que tenho consciência de que o plágio constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação do relatório de estágio.

PENSAMENTO

“The rich cannot accumulate wealth without the co-operation of the poor in society.”

Mahatma Gandhi (1980)

DEDICATÓRIA

À memória dos meus avós que sempre quiseram que alcançasse os meus objetivos e sei
que me iriam me apoiar nesta etapa.

AGRADECIMENTOS

A conclusão do presente relatório de estágio não seria possível sem o apoio e incentivo de algumas pessoas.

Para começar, queria agradecer à Professora Doutora Fátima Conde, minha orientadora, por todo o empenho, paciência, orientação e disponibilidade que sempre demonstrou e por ter me corrigido quando necessário ao longo do relatório. Agradeço também a todos os restantes docentes do mestrado e licenciatura pelos conhecimentos transmitidos e a sua disponibilidade para esclarecer certos temas.

Gostaria também de agradecer ao conselho de administração da Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A., pela confiança, por me acolher da melhor forma para realizar o estágio e que me proporcionou uma experiência única. Especialmente, um obrigado à minha supervisora, Sandra Padilha, pelo apoio, ajuda, disponibilidade e atenção que me demonstrou ao longo dos seis meses de estágio. Uma palavra de carinho também para os restantes colaboradores da empresa, que me integraram rápido na entidade, me apoiaram e me ajudaram na aprendizagem de algumas tarefas realizadas.

Um obrigado aos meus pais, irmãos e restantes familiares, por toda a motivação, apoio, paciência e dedicação que me deram para chegar até aqui e que sem eles não o conseguia fazer.

Por último, agradeço a todos os meus amigos, por estarem sempre presentes, por todo o companheirismo e pela força que sempre me deram para terminar esta etapa, especialmente à Joana Baptista pela sua disponibilidade em rever alguns aspetos do presente relatório.

RESUMO

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é um conceito muito amplo, não havendo consenso total na sua definição, e na sua influência para o desempenho financeiro empresarial.

No mundo empresarial atual as empresas procuram estratégias para aumentar a vantagem sobre os seus concorrentes, a RSE é uma das estratégias que tem vindo a ter um crescente interesse por parte dos *stakeholders*, que cada vez mais se apercebem da importância que este tema tem, bem como, quais os seus impactos nas empresas e, consequentemente, na sociedade.

Atualmente, podemos dizer que o mundo está todo interligado pelo que, com o aumento da preocupação da sociedade com as questões sociais e ambientais, faz com que a comunidade atue e conteste os comportamentos antiéticos praticados no mundo empresarial, forçando as empresas a tentar praticar ações responsáveis, demonstrando que hoje em dia, não é só a maximização dos lucros que interessa.

Nos tempos atuais uma das tendências mundiais é tentar tornar o mundo mais consistente, saudável e solidário, fazendo com que a responsabilidade social se torne um critério diferenciador para os consumidores, que irão valorizar as ações que favorecem o bem-estar da sociedade e a preservação da natureza.

Neste sentido, o tema de investigação escolhido para o presente relatório de estágio é a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e o seu papel na indústria alimentar.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial; Indústria Alimentar; criação de valor; sustentabilidade empresarial.

ABSTRACT

The Corporate Social Responsibility (CSR) is a very broad concept, there is no absolute consensus and agreement on the concept's definition and influence on the business and financial performance.

In today's business world, the companies are looking for strategies to increase their advantage over their competition and the stakeholders have been showing interest in the RSE strategy, these are more and more aware of the importance of this theme and its impact on the companies and thus on the society.

Currently we live in an "interconnected world", in a society that has been more worried about social and environmental issues. Therefore, the community tends to act and speak out against dishonourable conducts committed in the business world. As a result, the companies are compelled to act in a responsible way. This shows that, nowadays, the profit maximization isn't all that matters.

Nowadays, one of the global trends is to make the world a conscious, healthy and sharing place, so, the social responsibility is now a differentiating factor for the consumers who value the actions that improve the society's well-being and the nature conservation.

Having this in mind, the research topic chosen for this internship report is the Corporate Social Responsibility (CSR) and its role in the food industry.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Food Industry; value creation; corporate sustainability.

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO	1
1 CAPÍTULO I – A Responsabilidade Social na indústria alimentar	3
1.1 Algumas teorias de RSE	3
1.1.1 Teoria dos <i>stakeholders</i>	3
1.1.2 Teoria da legitimidade.....	5
1.2 Responsabilidade Social Empresarial	6
1.2.1 Conceito de RSE.....	6
1.2.2 Evolução do conceito	8
1.2.3 Alguns modelos de RSE	13
1.2.4 A necessidade das práticas de RSE.....	17
1.2.5 A RSE em Portugal	19
1.2.6 Algumas medidas de implementação	21
1.2.7 A RSE na Indústria Alimentar	24
1.2.8 A RSE e as cadeias de Abastecimento	29
1.2.9 Certificações	33
2 CAPÍTULO II – Apresentação do estágio na Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A.	37
2.1 Apresentação da Entidade Acolhedora	38
2.1.1 Breve caracterização da Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A.	38
2.1.2 Estrutura Organizacional.....	39
2.1.3 Missão	39
2.1.4 Portfólio de produtos	39
2.1.5 Política de higiene e segurança alimentar	39
2.2 Descrição das atividades realizadas	41
2.2.1 Arquivo	42
2.2.2 Práticas de controlo interno.....	42
2.2.3 Aquisição dos Produtos/Matérias-Primas.....	43
2.2.4 Controlo dos Stocks.....	45
2.2.5 Expedição	46
CONCLUSÃO	48
REFERÊNCIAS	50

ANEXOS	57
Anexo I - Complexidade da Cadeia de Abastecimento	58
Anexo II - Organigrama integral da N.G.G., S.A.....	59
Anexo III - Declaração de HACCP da N.G.G., S.A.	60
Anexo IV - Formulário dos visitantes da N.G.G., S.A.	61
Anexo V - Boletim de não conformidade.....	62
Anexo VI - Exemplo de uma fatura recebida conforme as condições	63
Anexo VII - Mapa de custos	64
Anexo VIII - Formulário de Rastreabilidade	65
Anexo IX – Ficha Técnica do Produto	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:Modelo dos três círculos concêntricos	13
Figura 2:Pirâmide Social Corporativa	14
Figura 3: Objetivos de desenvolvimento sustentável	23
Figura 4: O TBL e a RSE.....	24
Figura 5: Sede e Estabelecimentos Comerciais da N.G.G. S.A.....	38
Figura 6: Organograma N.G.G, S.A.;	39
Figura 7: Etiqueta de produtos não conformes	46

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Quatro Modelos de RSE	15
Tabela 2 - Benefícios da prática de ações socialmente responsáveis	18
Tabela 3 - Benefícios da RSE	18
Tabela 4: Algumas iniciativas para cumprir com os ODS na indústria alimentar.....	28

Lista de abreviaturas, acrónimos e siglas

AA1000 – *Assurance Standart 1000*

COP – *Conference Of the Parties.*

FEFO – *First Expired, Frist Out*

GRACE – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial

HACCP - *Hazard Analysis Critical Control Point*

ISO – *International Standards Organization*

N.G.G., S.A – Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A.

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU – Organização das Nações Unidas

ONG's – Organizações Não Governamentais

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

SA8000 – *Social Accountability*

TBL – *Triple Bottom Line*

UE – União Europeia

WWF - *World Wildlife Fund*

INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio é elaborado no âmbito do estágio curricular, tendo em vista a obtenção do grau de Mestre em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial, pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra. O estágio realizou-se na Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A, em Coimbra, entre os meses de Janeiro e Junho de 2019.

A responsabilidade social empresarial (RSE) é um tema que ao longo do tempo tem vindo a despertar cada vez mais interesse o que é provado pelo aumento dos estudos efetuados sobre esta temática, pelo aumento da quantidade de conferências e prémios atribuídos sobre este campo, bem como pelo desenvolvimento de iniciativas praticadas por diversas organizações.

No que diz respeito ao conceito e às características subjacentes à responsabilidade social ainda surgem algumas discordâncias, que se observam com as diferentes teorias, modelos ou estudos de diferentes autores.

A responsabilidade social tem relevância tanto para a empresa como para com os seus *stakeholders*, já que estes são afetados e podem também afetar a concretização de objetivos empresariais, isto porque exercem pressão sobre as empresas para que estas tentem adotar políticas sustentáveis sempre que possível.

A RSE está a tornar-se cada vez mais importante na indústria alimentar, isto devido ao desafio de sustentabilidade presente no mundo atual, o aumento da população faz com que a procura aumente e conseqüentemente comece a haver escassez de alguns recursos que são essenciais na produção de alimentos.

Os desafios de sustentabilidade cada vez são maiores, com as ameaças presentes nos ecossistemas, estas põem em causa o bem-estar da humanidade e tem repercussões graves nas condições socioculturais e económicas, criando assim uma necessidade de haver práticas socialmente sustentáveis e responsáveis.

O objetivo geral deste documento é analisar qual é o papel da responsabilidade social na indústria alimentar, para isso na entidade acolhedora foi necessário desempenhar tarefas em diferentes centros e focar-me maioritariamente na contabilidade de gestão, uma vez que a contabilidade financeira não fornece informações suficientes dos custos subjacentes aos produtos fabricados.

De acordo com o tema definido para o presente relatório de estágio e o seu objetivo, optou-se por realizar inicialmente uma revisão de literatura que exponha os conceitos e a evolução da RSE, as suas dimensões, modelos e o porquê da sua necessidade nas empresas, para isso foi necessário compreender primeiramente o papel dos *stakeholders* nas empresas. Na segunda parte do relatório irei abordar o estágio fazendo uma breve apresentação da empresa acolhedora e o relato das tarefas desempenhadas.

No final dos capítulos anteriormente ditos, serão descritas as conclusões gerais do trabalho desenvolvido, tentando abordar quais as dificuldades encontradas ao longo do presente relatório e sugestões futuras sobre a temática em causa.

1 CAPÍTULO I – A Responsabilidade Social na indústria alimentar

Para melhor entendermos a RSE e o seu papel na indústria alimentar, primeiramente devemos compreender qual é o papel dos *stakeholders* nas empresas da atualidade, sendo necessário explanar as teorias que melhor retratam o âmbito social e a criação de valor no mundo empresarial.

A RSE tem sido definida de inúmeras formas. Em 1953, Bowen definiu-a como a obrigação de os empresários prosseguirem políticas, tomarem decisões ou seguirem as linhas de ação que são desejáveis em termos de objetivos e valores da nossa sociedade (Gheribi, 2017). Com isto, ao longo deste capítulo inicial, torna-se pertinente enumerar alguns dos conceitos definidos pelos diferentes autores e a sua evolução no decorrer dos anos.

Depois de apresentar o conceito de RSE, iremos abordar o papel destas políticas na indústria alimentar, uma vez que este setor tem um forte impacto na comunidade e também uma elevada dependência dos *stakeholders*.

1.1 Algumas teorias de RSE

Considerando o tema do nosso trabalho pensamos ser importante apresentar a teoria dos *stakeholders* e a teoria da legitimidade.

1.1.1 Teoria dos *stakeholders*

Segundo Oliveira (2013, p. 94), os *stakeholders* podem ser definidos como “(...) grupos de interesse com certa legitimidade que exercem influência junto da empresa” e que irão influenciar os proprietários, acionistas e gestores, interferindo, de certa forma, nas tomadas de decisões da entidade. Logo, a abordagem de *stakeholders* nas empresas é aquela que prioriza a gestão de relacionamentos entre os diversos atores que compõem o mundo empresarial, procurando integrar esses diferentes interesses (Silva & Garcia, 2011).

Esta teoria foi desenvolvida por Freeman (1984) e baseia-se na premissa dos gestores terem obrigações para com os *shareholders* e *stakeholders*, devendo a entidade realizar uma gestão que prossiga benefícios para os mesmos. Esta teoria fomenta a ligação entre indivíduos, grupos, comunidade, empresa, instituições e o Estado (Faria, 2015).

De acordo com esta teoria, uma empresa não se deve guiar exclusivamente pelo interesse dos seus acionistas/proprietários, mas também pelos interesses dos seus stakeholders, já que as ações da empresa podem beneficiá-los ou, pelo contrário, prejudicá-los (Cunha, *et al*, 2007).

Esta teoria permite a promoção e a criação de uma estrutura de gestão com estratégias suficientemente flexíveis para que a empresa não tenha de adotar novos paradigmas com regularidade, as melhores estratégias são aquelas que incorporam a perspectiva de todas as partes interessadas (Conde, 2014).

Esta teoria pode ser dividida em dois ramos distintos. O primeiro diz respeito ao ramo ético, que consiste na forma como as organizações devem tratar os seus *stakeholders* de modo democrático. O segundo é o ramo diretivo que dá destaque à necessidade de se gerir alguns grupos de *stakeholders* em particular com o intuito de controlar, manipular ou obter o apoio dos *stakeholders* mais poderosos (Eugenio, 2010).

Nesta teoria a organização é vista como um sistema de interesses, que devem ser geridos de forma a que se garanta a sobrevivência da empresa e que seja possível a criação de riqueza, na qual se espera que a empresa relate voluntariamente os seus resultados às partes interessadas (Neves & Dias, 2013).

As empresas que assumem a RSE têm de reconhecer que as necessidades e prioridades dos atores da sociedade estão em primeiro lugar. Desta forma, as empresas que adotam políticas de RSE, avaliam as consequências das suas ações a nível social, visando, acima de tudo, salvaguardar o bem-estar da população ao mesmo tempo que protege os interesses da empresa e dos seus acionistas. Desta feita, pode-se dizer que a participação dos *stakeholders* é um requisito ético nas decisões e estratégias da empresa (Conde, 2014).

A Responsabilidade Social das Empresas e a sua ligação com os *stakeholders* pode ser explicada através de dois princípios: o Princípio dos Direitos, ao exprimir que as organizações e os seus gestores não podem infringir os direitos legítimos que os outros têm de determinar o seu próprio futuro; e o Princípio dos Efeitos que enuncia que a empresa e os seus gestores são responsáveis pelos efeitos das suas ações sobre os outros (Cunha, *et al.*, 2007).

Com o passar do tempo, e após um estudo feito por Wolf em 2014, chegou-se à conclusão de que os *stakeholders* são um fator essencial para a tomada de decisão. O

autor utilizou vários dados de diversas empresas para ver a relação entre a pressão dos *stakeholders* e a gestão sustentável da cadeia de abastecimento no desempenho das empresas. Com isto, concluiu que ambas têm um papel significativo no desempenho da sustentabilidade da organização (Sodhi, & Tang, 2017).

Nos dias de hoje, no momento de decisão de compra dos produtos/serviços, alguns consumidores têm em conta o impacto das práticas da empresa no ambiente e na sociedade. Assim, é do interesse das empresas evitar que a sua imagem seja denegrida por razões desta natureza, devendo aproveitar os critérios de escolha dos consumidores e utilizarem-nos de modo a ganhar vantagem competitiva (COMPETE, 2011). Assim como os consumidores, também os colaboradores podem ser motivados a trabalhar em empresas cuja Responsabilidade Social é um valor inerente ao negócio. O comportamento responsável da empresa pode não só manter os trabalhadores motivados e ajudar a aumentar a sua lealdade, mas também atrair potenciais trabalhadores, e dado que o nível de concorrência no setor alimentar é alto, é de extrema importância ter bons funcionários (Hartmann, 2011).

Ainda assim, é importante mencionar que cada vez mais se tem assistido à reestruturação das empresas face à necessidade de redução de mão de obra ou até ao seu próprio encerramento, sendo necessário levar em consideração e equilibrar os interesses de todos os *stakeholders* que são afetados pelas mudanças e decisões (COMPETE, 2011). Muitas vezes as partes interessadas não têm informações sobre as práticas de RSE da empresa. Esta falta de comunicação é considerada um impedimento crítico para as empresas colherem os benefícios ao realizar estas práticas. (Hartmann, 2011).

1.1.2 Teoria da legitimidade

Segundo Deegan (2002), a teoria da legitimidade considera a inter-relação entre as empresas e a sociedade, baseando-se num “contrato social”, através do qual a sociedade influencia as empresas de acordo com as suas expectativas e valores, e as empresas afetam a sociedade e a perceção dela sobre a sua atividade.

Esta teoria diz-nos que as empresas devem reportar voluntariamente as suas atividades se considerarem que é isso que a comunidade necessita.

A teoria em causa é considerada a mais apropriada no que diz respeito aos elementos de natureza ambiental e social, pois é esta que explica o como e porquê de os gestores utilizarem os relatos e os mostrarem para o exterior, com o objetivo de

melhorarem a imagem da empresa visto que mostram que a mesma realiza boas práticas em matéria de proteção ambiental e de apoio à sociedade (Neves & Dias, 2013).

Também a legitimidade é um recurso essencial para a existência das empresas. Se um recurso for vital para a continuidade da organização, então os gestores devem garantir que sejam implementadas estratégias para que se assegure a continuação do fornecimento desse mesmo recurso (Eugenio, 2010). Segundo Suchman (1995) existem três tipos de legitimidade organizativa que se baseiam em diferentes dinâmicas: i) a legitimidade pragmática que se baseia no interesse próprio da empresa perante o seu público ; ii) a legitimidade moral que avalia se as organizações cumprem com normas, tentando promover o bem-estar social; e iii) a legitimidade cognitiva que para além da avaliação e do interesse próprio, resulta da difusão de crenças, normas e valores particulares ou então de conhecimento (Conde, 2014).

Para Lindblom (1994), as empresas para manterem ou obter a legitimidade podem realizar quatro tipos de ações. Uma das ações é educar e informar o público alvo acerca das alterações recentes no seu desempenho e/ou atividades, a segunda ação passa por alterar as perceções deste mesmo público relativamente à organização, a terceira ação é a manipulação das perceções, tentando desviar a atenção de certos problemas e, por ultimo, a quarta ação sugere alterar as expectativas do exterior quanto ao desempenho da empresa (Eugenio, 2010).

Assim, nesta teoria as organizações devem tentar que as suas atividades sejam aceites na sociedade, pois a legitimidade é um fator-chave no sucesso ou fracasso de uma empresa (Neves & Dias, 2013 e Conde, 2014).

No caso da RSE as empresas divulgam informação sobre o uso destas práticas, com o intuito de apresentarem uma imagem socialmente responsável e que justifiquem certos comportamentos junto dos *stakeholders* (Neves & Dias, 2013).

1.2 Responsabilidade Social Empresarial

1.2.1 Conceito de RSE

Quando se procura uma definição para a responsabilidade social, chegamos à conclusão que não existe uma definição única sobre este tema. Por um lado, certos autores defendem que a responsabilidade social se trata apenas de um custo para a empresa, enquanto que outros se opõem ao defender que as empresas devem ter mais

responsabilidade em todos os aspetos económicos, sociais e ambientais. Ainda que o seu conceito seja contestado por muitos, não se pode contrariar a sua existência e a sua importância (Bilinelli, 2016).

A RSE não significa o mesmo para todas as pessoas, para alguns representa a ideia da responsabilidade ou das obrigações legais, para outras é um comportamento socialmente responsável, em sentido ético, e ainda para outras é simplesmente a organização ser responsável por algo (Cunha *et al.*, 2007).

Outra causa que se pode apontar a esta ambiguidade é a RSE ser um conceito interdisciplinar, isto porque se estende a várias matérias, como por exemplo à gestão, à economia e ao direito (Bilinelli, 2016).

Wayne Visser viajou pelo mundo para estudar a prática da RSE nos países por onde passava, publicando o livro “*World Guide to CRS*”, concluindo que existe um problema assente na existência de vários conceitos deriva dos diferentes tipos de sociedades que têm maneiras diferentes de lidar com as questões sociais, económicas, governamentais e ambientais, não havendo uma norma única para a resolução destas mesmas questões (Bilinelli, 2016).

Segundo Fernandes (2010) o conceito de Responsabilidade Social das Empresas não pode ser definido como algo único e indiscutível, pois existe diversidade de opiniões, confundindo-se muitas vezes o conceito deste com outros conceitos, como o conceito de ética, filantropia e mecenato. Já no ponto de vista de Friedman, as questões morais não deveriam ser incluídas no mundo empresarial, pelo que em 1970 argumentou contra a RSE, pois para ele a RSE era uma má utilização dos recursos da empresa que podiam ser melhor aplicados (Hartmann 2011 e Neves, 2014).

Friedman ao defender aquela teoria fez com que alguns autores criticassem o seu ponto de vista, alegando que os empresários/gestores eram moralmente obrigados a melhorar a qualidade de vida da sociedade em que operam (Bilinelli, 2016).

Já em 2002, Cheibub e Lock, definem a RSE como o cumprimento de todas as obrigações legais por parte das empresas. Para Matten e Moon (2008), o conceito de RSE já é definido como um conjunto de vários conceitos que sobrepõem a ética, a filantropia e a cidadania empresariais e a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental, sendo um conceito dinâmico e contestável estando inserido num contexto social, político, económico e institucional, onde a sua definição é também influenciada por fatores

externos, como a política e a economia já que as perspetivas éticas variam de um país para outro, assim como os problemas sociais e ambientais.

A RSE pode ser dividida em duas dimensões, a dimensão interna e a externa. Na interna as práticas socialmente responsáveis relacionam-se com a gestão dos recursos humanos, a saúde e segurança no trabalho, adaptação à mudança e a gestão do impacto ambiental e dos recursos humanos, ou seja, a própria empresa. Por outro lado, a dimensão externa é o que existe para além da empresa, ou seja, retrata as relações da empresa com a sociedade no cumprimento dos direitos humanos e na gestão global do meio ambiente. (Rocha, 2010; Fontes, 2011 e Santos, 2017)

Uma análise de frequência no Google identificou 37 definições de RSE categorizando-as em cinco dimensões: meio ambiente, social, económica, *stakeholders* e voluntariedade. Esta análise demonstrou também que as definições mais utilizadas foram elaboradas por organizações como a Comissão das Comunidades Europeias (*Livro Verde*), *Business for Social Responsibility* e *CSRwire* (Pantani, 2010).

Importa, a seguir, tratar da evolução deste mesmo conceito que tem vindo a ser falado ao longo do presente tópico.

1.2.2 Evolução do conceito

A temática sobre Responsabilidade Social Empresarial começou a surgir nas primeiras décadas do século XX por iniciativa do próprio setor empresarial, isto pode observar-se com uma citação do fundador da Ford, Henry Ford, “*a business that makes nothing more than money is a poor business*”, que demonstra que a maximização dos lucros não é o único objetivo de uma empresa (Bilinelli, 2016).

O sector corporativo teve esta iniciativa após um período de expansão empresarial na América, altura esta em que não havia restrições impostas por lei e as empresas eram livres para obterem lucros e expansão económica. Devido a isto, as empresas nem sempre se preocupavam com o bem-estar dos seus trabalhadores, o que levou a uma sucessiva realização de greves e manifestações sindicais que demonstravam o descontentamento dos trabalhadores (Bilinelli, 2016).

A evolução da responsabilidade social empresarial depende não apenas das estratégias dos fatores económicos, mas também do entendimento que as partes interessadas têm que sobre estas questões (Santos *et al.* 2006).

1.2.2.1 Anos 50

Para Adriana Neves (2014), o conceito relativo a este tema começou a ser retratado nos anos 50, quando Abrams (1951) se questionou sobre as responsabilidades que os administradores da empresa deveriam ter para com os seus funcionários, clientes e o público em geral.

Por outro lado, segundo Monteiro (2015), o pioneiro da responsabilidade social foi Howard Bowen com a sua obra intitulada de “*Social Responsibilities of the Businessman*” publicada em 1953. A obra questionou a relação entre a sociedade e as empresas, demonstrando que as decisões que os gestores tomam têm consequências macroeconómicas e as que eles tomam de forma voluntária devem atender aos objetivos sociais e económicos das comunidades (Bilinelli, 2016).

Pode-se então dizer que nesta década as empresas tentaram alcançar um equilíbrio entre o bem-estar dos trabalhadores e a satisfação dos clientes e, simultaneamente, obter lucros.

1.2.2.2 Anos 60

A RSE neste período foi considerada como uma questão moral, os recursos neste período deviam ser usados para objetivos sociais mais amplos, de forma a que a empresa fosse além das suas obrigações económicas e legais (Neves, 2014).

Esta questão moral pode ser vista nos EUA onde se registou um movimento da popularização em torno de temas relativos à ética e à responsabilidade social das empresas, que emergiu do descontentamento da população devido ao uso dos recursos na guerra do Vietname, tendo-se manifestado através de boicotes à aquisição de produtos e serviços das empresas que tinham ligação com esse conflito (Monteiro, 2005).

Como consequência do boicote, as empresas começaram a divulgar informação acerca das suas práticas em termos sociais e ambientais e consequentemente a população lutou para que não houvesse violação dos direitos humanos por parte das empresas, como a discriminação racial e a igualdade de direitos (Monteiro, 2005).

Neste período em que a pressão social aumentava, um dos problemas que a sociedade apontava era a necessidade de as empresas multinacionais serem reguladas, com isto houve um esforço internacional para a formação de regulamentos para as empresas, isto pode ser visto por exemplo, nas diretrizes criadas pela OCDE que abordam

temas como os direitos humanos, os direitos dos consumidores e normas ambientais (Bilinelli, 2016).

1.2.2.3 Anos 70

A década de 1970 foi importante no desenvolvimento da RSE, devido à criação dos códigos de ética e à evolução na compreensão da RSE, que até então era vaga e sem implicações práticas. Foi nesta década então que esta temática tomou forma com a implementação de práticas mais do que filantrópicas, ou seja, as empresas tentavam resolver questões também relacionadas com a ecologia, direitos humanos, apoio às famílias, etc. (Neves, 2014 e Bilinelli, 2016).

Segundo Bilinelli (2016) desde o início dos anos 50 até a esta década dá para dividir a RSE em dois períodos distintos, entre 1953 e 1964, as empresas e a população estavam cada vez mais conscientes dos efeitos que as empresas tinham na sociedade e nas comunidades, sendo denominada então por “período de consciência”, posteriormente entre 1968 e 1973 foi o “período dos problemas” onde as empresas começaram a concentrar-se nos problemas específicos que os grupos sociais apontavam. Esta pressão fazia com que a responsabilidade social empresarial se desenvolvesse mais rapidamente.

Ao longo do tempo o número de empresas existentes aumentou, tendo muitas destas se estabelecido em países em desenvolvimento, o que levou a que a população desconfiasse que as empresas violassem os direitos humanos, o uso excessivo de recursos ambientais, o que fez com que os gestores percebessem que era necessário fazer mais do que meras ações filantrópicas (Bilinelli, 2016).

Este período foi marcado pelo aparecimento de alguns modelos, em que alguns destes irão ser abordados posteriormente individualmente.

1.2.2.4 Anos 80

Durante a década de 1980, as empresas focaram-se na ética empresarial, sendo esta vista como um conjunto de normas, padrões ou expectativas de comportamentos que refletem uma preocupação com os *shareholders* e *stakeholders*. Devido a este foco por parte das empresas, estas contrataram consultores de ética, desenvolvendo códigos de ética para mostrarem uma imagem positiva junto do público e definirem um comportamento que se espera que seja seguido pelos seus trabalhadores (Bilinelli, 2016).

A evolução da responsabilidade social empresarial nas décadas seguintes à obra de Bowen (1953), deu-se maioritariamente através de debates no meio académico e não por ações de empresas. Só no início dos anos 80 é que a RSE passou a ser observada como um processo, isto devido à atenção pública a acidentes industriais e a violação de direitos humanos (Pantani, 2010).

Nesta década a preocupação era fazer com que as empresas fossem socialmente responsáveis e simultaneamente lucrativas. Caso isto se comprovasse seria um bom incentivo para os empresários mudarem para uma abordagem de RSE (Bilinelli, 2016).

A noção de desenvolvimento sustentável nasceu neste período na tentativa de explorar a relação entre o desenvolvimento e o ambiente pois não havia uma ciência suficientemente desenvolvida para informar a sociedade sobre as consequências da industrialização. Para haver um desenvolvimento sustentável teria de haver intervenção política refletida em manifestações sociais (Pantani, 2010).

1.2.2.5 Anos 90

Neste período associou-se a sustentabilidade e a cidadania ao conceito de RSE, na qual as entidades devem aumentar os seus lucros, enquanto cumprem com as obrigações de cidadania para com os outros (Bilinelli, 2016).

Barney (1991) e Hart (1995) nos seus estudos defenderam que os recursos e as capacidades relacionados com a RSE, são valiosos, raros, limitáveis e não substituíveis, podendo estes levar a uma vantagem competitiva em termos de sustentabilidade (Silva *et al.*, 2016).

Com a evolução tecnológica a população e as ONG's começaram a controlar e questionar o setor empresarial sobre o seu impacto no meio ambiente e o seu crescimento económico, isto deu-se a facilidade da propagação das notícias, que faz com os escândalos ambientais ganhem mais visibilidade, ajudando a mobilizar a opinião pública e, em consequência disso, a conscientização das empresas para o uso de práticas socialmente responsáveis aumentava (Bilinelli, 2016).

A União Europeia assumiu as primeiras políticas de RSE neste período. Uma das primeiras abordagens foi a Declaração Europeia contra a Exclusão Social em 1995, posteriormente na Cimeira do Emprego, em 1999 no Luxemburgo, impôs-se a obrigatoriedade de publicar relatórios anuais nas empresas com mais de 1000

trabalhadores, neste ano o Parlamento Europeu aceitou o código “*Normas da UE para as empresas europeias que operam nos países em desenvolvimento: um código de conduta Europeu*” (Santos, 2017).

1.2.2.6 Desde o ano 2000 à atualidade

A RSE ainda não tem um conceito absoluto, mas a maioria das definições reconhecem que esta é a junção de três responsabilidades: a social, a económica e a ambiental (Bilinelli, 2016). Ainda assim, foi durante este período que o termo RSE tem vindo a ganhar maior destaque e importância (Carroll, 2000).

A Comissão Europeia, com a publicação do Livro *Verde* em 2001, definiu a RSE como a “integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com as outras partes interessadas”. Defende também que “ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais, implica ir mais além através de um maior investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais” (Comissão das Comunidades Europeias, 2001, p.7).

Atualmente existe uma crescente consciencialização quanto às necessidades de as empresas participarem ativamente na procura da igualdade social e na prevenção do ambiente, para além de promoverem o crescimento económico, onde o desenvolvimento sustentável só irá trazer efeitos positivos, se os objetivos forem devidamente interiorizados e assumidos por todos os atores sociais na sua esfera de atuação (Santos *et al.*, 2006).

As organizações que são socialmente responsáveis são vistas como um motor de desenvolvimento económico, tecnológico e humano, que só se realizam plenamente quando respeitam os direitos humanos, o investimento na valorização pessoal, a proteção do ambiente, o combate à corrupção, o cumprimento das normas sociais e o respeito pelos valores e princípios éticos da sociedade em que se inserem (Fernandes, 2010).

No que concerne a aplicação de práticas sociais, as empresas optam mais por atividades filantrópica, isto é, tentam ser “bons cidadãos”, promovendo atividades comunitárias, fazendo doações etc. (Bilinelli, 2016).

Conde (2014, p.66), refere que “a responsabilidade social empresarial consiste em ir além do cumprimento da legislação e dos acordos, da integração social, ambiental,

ética, dos direitos humanos e dos consumidores, das operações e da estratégia da empresa, em conjunto com todas as partes interessadas, procurando criar valor para si e para a sociedade em geral, bem como da identificação, prevenção e mitigação de impactos adversos.”.

Tendo em conta o descrito podemos verificar que a RSE envolve o capital social, humano e ambiental, estes interligam-se e influenciam o crescimento do capital económico e financeiro das empresas, melhorando as condições existentes, numa lógica de promoção de desenvolvimento sustentável empresarial (Faria, 2015).

1.2.3 Alguns modelos de RSE

A Responsabilidade Social Empresarial, como supracitado, é uma prática voluntária empresarial que advém de vários modelos propostos, pelo que neste subcapítulo são retratados alguns destes modelos.

Em 1971, foi criado o modelo dos três círculos concêntricos foi desenvolvido pelo comitê Desenvolvimento Económico e retrata as obrigações económicas e não económicas das organizações. Este modelo tem na sua estrutura três círculos, pelo que o círculo interno deste modelo se caracteriza pela dimensão económica, o intermédio acrescenta a consciência social e por último o círculo externo que concentra os principais problemas sociais da sociedade. Este modelo apresenta a limitação da perceção dos *stakeholders* envolvidos e a impermeabilidade entre os círculos (Neves, 2014).



Figura 1: Modelo dos três círculos concêntricos

Fonte: Neves, 2014

O modelo tridimensional de Carroll (1979) é composto por quatro categorias de responsabilidade social: a económica, a legal, a ética e a discricionária, sendo que estas norteiam a forma de orientar os problemas sociais ligados ao relacionamento entre a

empresa e a sociedade, ligação esta que tem o objetivo de diminuir os impactos causados pelas atividades empresariais ou minimizar eventuais surpresas que possam ocorrer ao longo das atividades empresariais (Catraio, 2012).

Posteriormente Carroll em 1991 aperfeiçoou o seu modelo criando o Modelo da Pirâmide Social Corporativa ampliando o entendimento das quatro componentes que constituem a RSE.

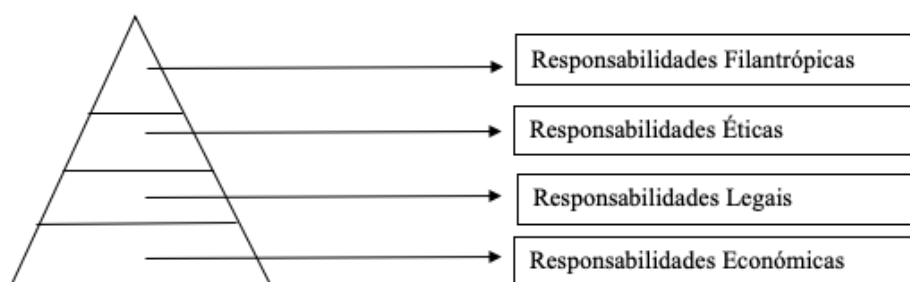


Figura 2: Pirâmide Social Corporativa

Fonte: Carroll e Buchholtz (2000)

A pirâmide tem de ser lida de baixo para cima, por ordem crescente de importância, sendo que a base da pirâmide é constituída pela responsabilidade económica que é a base da RSE e sem esta o negócio não pode existir, pois o objetivo de uma empresa é ser rentável, ainda assim, este objetivo deve ser cumprido sem negligenciar ou comprometer as outras responsabilidades (Gomes, 2015). A responsabilidade legal aborda como as empresas devem agir de acordo com as leis impostas, a responsabilidade ética retrata os comportamentos ou atividades que as empresas devem ter para tomarem decisões de forma íntegra, justa e imparcial e por último este modelo tem a responsabilidade filantrópica que aborda que as empresas devem contribuir com os seus recursos para o bem da comunidade de forma a tentar melhorar a qualidade de vida (Catraio, 2012).

O modelo piramidal de Carroll pode ser dividido em duas partes, os dois primeiros blocos (económico e legal) demonstram aquilo que as empresas devem cumprir para funcionar corretamente e de acordo com a lei, e as outras duas componentes mostram que as empresas devem ir além das duas primeiras características e incluir voluntariamente o comportamento ético e a filantropia para serem responsáveis, mostrando assim que uma

prática correta de RSE deve incluir as quatro características presentes na pirâmide (Bilinelli, 2016).

No final da década em 1990, John Elkington criou o *Triple Bottom Line* (TBL), denominado por muitos como o tripé da sustentabilidade, isto devido a combinar questões económicas, ambientais e sociais presentes nas empresas, na qual é este o modelo mais aceite pela comunidade científica devido a retratar as pessoas o planeta e o lucro (Heikkurinen *et al.*, 2012)

Cheibub e Lock (2002), referem que na literatura existem quatro modelos básicos de RSE que se surgem da junção de duas dimensões (tabela n.º1). A primeira dimensão apontada por estes autores, retrata aos grupos ou atores influenciados pelas tomadas de decisões das empresas, os *shareholders* e os *stakeholders*, e a segunda dimensão retrata as motivações das empresas em realizar as suas ações.

Tabela 1 - Quatro Modelos de RSE

Motivação da ação Alvo da ação	Instrumental	Moral
<i>Shareholders</i>	Produtivismo	Filantropia
<i>Stakeholders</i>	Progressista	Idealismo Ético

Fonte: Cheibub e Lock (2002, p.3)

No grupo dos *shareholders* surgiu o modelo do produtivismo onde os acionistas só realizam ações que tragam benefícios tangíveis para a empresa, já o modelo de filantropia retrata que os acionistas podem realizar ações extraempresa, mesmo que não tragam benefícios tangíveis para a empresa. Por outro lado, nos *stakeholders* o modelo progressista retrata que estes só devem realizar ações que tragam claramente benefícios para a empresa, enquanto que no modelo de idealismo ético estes já poderão realizar algumas ações extraempresa, mesmo que estas não tragam benefícios visíveis (Cheibub & Locke, 2002).

Destes modelos, o modelo de produtivismo causa controvérsia se este é ou não um modelo de RSE, isto porque para a maior parte dos autores, este modelo não se

relaciona com a RSE e para outros é considerado como a essência da responsabilidade social. Esta contradição advém do entendimento do objetivo empresarial, para quem entende que o único o objetivo empresarial seja a maximização do lucro, a empresa não é responsável ao desperdiçar recursos que não tragam retornos económicos a empresa, pois não está a cumprir com o seu objetivo que é a maximização do lucro (Cheibub & Locke, 2002).

Outro modelo é o de Garriga e Melé (2004) intitulado “Responsabilidade social das empresas: Cartografia do território” que considera quatro tipos de teorias:

- As teorias instrumentais que são vistas como uma ferramenta estratégica, uma vez que é usada para melhorar o desempenho económico e financeira da empresa, tendo estas o objetivo de maximização do valor para o acionista, obtenção de lucro quer a curto quer a longo prazo;
- As teorias políticas que destacam as interações e as ligações entre as empresas e a sociedade;
- As teorias integrativas que dizem que as empresas devem atender, avaliar e responder aos sinais e expectativas de desempenho social, pois a existência, a continuidade e o crescimento das empresas depende da sociedade;
- As teorias éticas que consistem no cumprimento dos princípios éticos por parte das empresas, na qual estas devem fazer as escolhas mais acertadas.

Em 2006, Porter e Kramer elaboraram um modelo em que a RSE é vista através de quatro características. A primeira é a obrigação moral que alega que as empresas devem fazer o que é certo, ou seja, honrar os princípios éticos e respeitar as comunidades, indivíduos e o meio ambiente; a segunda diz respeito ao uso de práticas sustentáveis que não prejudiquem nem o ambiente nem a sociedade; a terceira diz respeito à reputação que tem o objetivo de melhorar a imagem corporativa, reforçar a marca e aumentar o seu valor e por último a licença para operar, pois é necessário a permissão dos governos, comunidades e outras partes interessadas para que uma empresa possa desempenhar a sua atividade económica (Pantani, 2010).

1.2.4 A necessidade das práticas de RSE

Apesar do elevado peso que os valores éticos do empresário assumem enquanto estímulo à implementação de práticas responsáveis, a generalidade das empresas identifica um vasto conjunto de benefícios adjacentes que podem ser distinguidos entre internos e externo, mas existem ainda algumas desvantagens consideradas significativas (Santos *et al.*, 2006).

Segundo Cunha *et al.* (2007), globalmente cerca de dois terços dos cidadãos desejam que as empresas pensem para além da geração de lucro, no pagamento de impostos, no emprego das pessoas e no cumprimento das normas legais, devendo estas também contribuir para o bem-estar da sociedade e cumprir elevados requisitos éticos.

As elevadas taxas de desemprego e de pobreza, o nível de poluição, as desigualdades sociais, etc., são problemas que a sociedade tem vindo a enfrentar, havendo cada vez mais a expectativa de que as empresas têm que, às vezes, abdicar parte do lucro para tentar causar o bem-estar social (Bilinelli, 2016).

Na literatura, surge evidência de que as empresas que têm uma postura socialmente responsável auferem maiores benefícios do que as que não o fazem, sendo uma das razões para que estas expressem responsabilidades que vão além das exigências normativas (Cheibub & Locke, 2002).

O clima entre os *stakeholders* e a empresa deverá ser favorável (orientado para a aprendizagem e desenvolvimento contínuo, conciliadores da relação trabalho-família), isto porque contribui para um menor índice de absentismo, maior empenhamento e produtividade dos seus colaboradores, maior capacidade de atrair candidatos talentosos, menores índices de *stress*, mais saúde e menos acidentes e erros decisórios (Cunha *et al.*, 2007).

Os estudos analisados por Hartmann (2011) mostram que uma conduta responsável por parte das empresas influencia os consumidores, quer na sua lealdade, na consideração que têm para com o produto/serviço, na intenção de compra e na vontade de pagar, mas a qualidade do produto ou prestação de serviço também é um fator a ter em conta, pois a maioria dos consumidores não estão dispostos a trocar a qualidade em detrimento de práticas de RSE.

No que concerne a benefícios/vantagens e obstáculos/ desvantagens estes resumem-se, na tabela n.º 2 que está representada a seguir.

Tabela 2 - Benefícios da prática de ações socialmente responsáveis

Benefícios da prática de ser				Desvantagens
Vantagens Internas	Empresa	Melhoria e fortalecimento do valor, imagem, prestígio e reputação		Custos face ao investimento inicial
		Fator de diferenciação		
		Capacidade de inovação		
		Vantagem competitiva		
	Económicas	Redução dos custos a nível de materiais e energia		Investimento a longo prazo
		Aumento dos rendimentos		
	Colaboradores	Aumento	Satisfação;	Resultado pode não estar à altura das expectativas dos colaboradores
			Moral;	
			Clima organizacional;	
			Qualificação;	
Redução		Competências;		
		Despedimentos;		
	Processos disciplinares;			
	Baixas médicas			
Vantagens Externas	Comerciais	Fidelização do consumidor		Perda de credibilidade, caso abandone ou deixe de cumprir as suas obrigações sociais
		Vantagem competitiva		
		Novos clientes		
	Ambientais	Redução da pegada ambiental		A redução da pegada ambiental é gradual
		Aumento da qualidade ambiental		
	Comunicação	Divulgação nos <i>media</i>		Erros de comunicação e notícias "falsas"
		Publicidade gratuita nas redes sociais		
		Atração de novos clientes, parceiros comerciais e capital		

Fonte: Santos, 2017

O porquê da existência das práticas de RSE por parte das empresas, pode ser respondido também através do estudo feito por Neves (2014), que analisou vários artigos de diferentes autores na tentativa de entender o efeito da Responsabilidade Social nas empresas (tabela n.º 3) concluindo que o uso destas práticas era benéfico para o sucesso das organizações.

Tabela 3 - Benefícios da RSE

Benefícios \ Autores	Wernerfelt (1984)	Baron (2001)	Jenkins (2006)	McWilliams et al. (2006)	Kurucz et al. (2008)	Carrol and Shabana (2010)
Vantagem competitiva	✓	✓		✓	✓	✓
Melhor reputação			✓	✓	✓	✓
Maior eficiência			✓			✓
Melhor posição de mercado			✓			
Aumento das vendas			✓			
Maior confiança e compreensão			✓			
Maior motivação dos funcionários			✓		✓	✓
Participação dos Stakeholders					✓	

Fonte: Adaptado de Neves, 2014

1.2.5 A RSE em Portugal

Em Portugal, a temática da RSE, surge essencialmente em consequência dos acordos estabelecidos a nível mundial e perante as estratégias definidas para a U.E. Surge ainda enquadrada nas políticas nacionais, onde a adoção de práticas de responsabilidade social pode “ser um meio” para enfrentar desafios como a globalização, a competitividade, a sociedade do conhecimento e vencer o atraso estrutural que apresenta face a outros países (Santos *et al.* 2006).

Estas práticas socialmente responsáveis têm vindo a aumentar nas empresas ao longo do tempo, isto é observado pelo crescimento do número de empresas que criam códigos de conduta e procuram certificações, este crescimento também é visto através de algumas revistas que cedem um espaço para abordar estas práticas, a existência de associações relativas a esta matéria e a existência de *workshops*, prémios e debates sobre este tema (Cunha *et al.* 2007 e Gomes, 2010).

O Projeto “Ser PME Responsável” que primeiramente inquiriu 400 empresas e posteriormente os responsáveis do projeto entrevistaram as que apresentavam alguma relevância na adoção de práticas de responsabilidade social, mostrou que a RSE é vista como uma vantagem para a empresa, devendo ser aplicada a toda empresa ao mesmo tempo. Contudo, ainda se apontava a desvantagem do custo que era inerente a estas práticas (Gomes, 2010).

De referir que, em 2013, “O antigo Primeiro-Ministro de Portugal, Pedro Passos Coelho, abriu o evento da Estratégia Europeia das Nações Unidas para a Responsabilidade Social, dizendo que a responsabilidade social empresarial deve começar dentro das empresas, na qual é necessário haver um compromisso com o comportamento ético dos seus colaboradores, com uma estrutura de gestão interna capaz de envolver a todos e, é claro, com uma obrigação de transparência que submeta as atividades da empresa a um exame amplo e objetivo, que compreende a responsabilidade social como um aspeto normal da vida empresarial” (Conde, 2014, p. 66).

Segundo Guerra (2015), algumas iniciativas que contribuíram para a implementação da RSE em Portugal foram:

- 1976 - Constituição da República Portuguesa: no artigo 66º o ambiente é assumido como um direito e um dever de todos os cidadãos;

- 1979 - Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego: formada por representantes do governo e parceiros sociais, tem como meta promover a igualdade no trabalho e no emprego no setor privado e público;
- 1987 - Lei de Bases do Ambiente: são reunidas as principais disposições sobre a proteção do ambiente;
- 1992 - Agenda 21 Local: processo segundo o qual as autoridades trabalham em parceria com os vários setores da comunidade na elaboração de um plano de ação para implementar a sustentabilidade ao nível local;
- 1995 - Resolução do Conselho de Ministros no 38/95: criação do Plano Nacional de Política de Ambiente;
- 1997 - Revisão da Constituição da República Portuguesa: nos artigos 66º e 81º o Desenvolvimento Sustentável é mencionado como uma meta a atingir.
- 2007 - Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável: A entrada em vigor da ENDS pretende transformar Portugal num dos países mais competitivos da União Europeia, numa perspetiva de qualidade ambiental, coesão e responsabilidade social.

Também a existência de organizações que apoiam o uso de práticas socialmente responsáveis tem crescido em Portugal, exemplo disso temos:

- A GRACE - Grupo de Apoio e Reflexão para a Cidadania Empresarial, é também uma associação ligada exclusivamente à promoção da RSE, criada em 2000 por um conjunto de empresas, tendo a missão de refletir, promover e desenvolver a RSE em Portugal.
- A Associação Portuguesa de Ética Empresarial, APEE, foi fundada em 2002, tendo como objetivo consciencializar o tecido empresarial e organizacional para a urgência e importância da Ética e da Responsabilidade Social, devido a este objetivo esta associação trabalhou na definição, desenvolvimento e implementação da normalização nacional e internacional.
- A BCSD - Business Council for Sustainable Development, em Portugal foi criado por uma iniciativa de empresas e consiste numa associação sem fins lucrativos tendo como principais objetivos divulgar e promover o desenvolvimento sustentável.

- A *Great Place to Work*, produz anualmente, uma lista com os melhores lugares para se trabalhar, atribuindo também prémios sociais, sendo um deles o de Responsabilidade Social.

1.2.6 Algumas medidas de implementação

A iniciativa comunitária *EQUAL*, surgiu em 14 de Abril de 2000, tendo o objetivo de “*promover novas práticas de luta contra as discriminações e desigualdades de qualquer natureza relacionadas com o mercado de trabalho*”. Esta iniciativa assenta em quatro pilares: empregabilidade, espírito empresarial, adaptabilidade e igualdade de oportunidades (EQUAL, 2001).

A Comissão Europeia em 2001, como supracitado, lançou o *Livro Verde* que também foi uma medida que se implementou na responsabilidade social empresarial, visto que este tinha o objetivo de “*promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*” (Livro Verde, 2001).

De acordo com o *Livro Verde* (2001), as etapas do processo de gestão de RSE são:

- Definição dos objetivos da empresa para o desenvolvimento sustentável, tendo em conta a atividade específica, a sua visão, valores e objetivos, suportados por estratégias que possibilitem sustentar as atividades futuras.
- Planeamento das atividades necessárias para a realização dos objetivos gerais, estratégias e políticas de desenvolvimento sustentável. Nesta fase devem ser assegurados os recursos necessários que permitam desenvolver atividades, como é o caso da implementação de sistemas de informação de gestão. A definição das metas revela-se fundamental sem esquecer os indicadores que permitam a monitorização do desempenho.
- Integração e execução das atividades necessárias para o planeamento operacional de acordo com o plano de negócio.
- Integração das atividades que são relacionadas com o desenvolvimento sustentável nas atividades diárias da empresa e nos processos de gestão. Para tal, a monitorização e avaliação devem ter em atenção os objetivos definidos pela empresa.
- Esta etapa de revisão e aprendizagem. Aqui a empresa deve analisar os resultados obtidos e retirar conclusões que permitam melhorar o processo

de gestão, permitindo atingir mais eficazmente os objetivos relacionados com o desenvolvimento sustentável.

Em 2006 surge o documento “*Implementing the partnership for growth and jobs: Making Europe a pole of excellence on Corporate Social Responsibility*” que apela à comunidade empresarial o uso de práticas sustentáveis no seu desenvolvimento empresarial, que haja mais e melhores empregos e que as empresas se comprometam na RSE, incluindo a cooperação com as outras partes interessadas (Gomes, 2010).

A Organização das Nações Unidas (ONU) possui um programa denominado por *Global Compact* que procura mobilizar a comunidade empresarial internacional para a promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações laborais e meio ambiente, através de dez princípios. Ao aderir ao *Global Compact*, as empresas têm de apresentar anualmente um relatório sobre as suas atividades no âmbito da sustentabilidade, designado como *Communication On Progress*, que informa os *stakeholders* relativamente aos esforços de implementação dos dez princípios que são:

- Apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente;
- Assegurar-se da não participação em violações dos direitos humanos;
- Apoiar a liberdade de associação e reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- Apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil;
- Apoiar a igualdade de remuneração e a eliminação da discriminação no emprego;
- Adotar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais;
- Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;
- Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis;
- Atuar contra qualquer forma de corrupção, incluindo a extorsão e o suborno;

Em 2015, a ONU definiu também dezassete objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS), devendo ser cumpridas até ao ano de 2030. Estes objetivos foram definidos tendo em conta os resultados dos objetivos anteriormente definidos de 2000 até

2015. Os dezassete objetivos definidos irão afetar a qualidade de vida da população desta geração e da próxima, estes objetivos encontram-se apresentados na figura abaixo.

	Erradicar a pobreza em todas as suas formas;
ODS 2	Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável;
ODS 3	Garantir o acesso à saúde de qualidade e promover o bem-estar para todos;
ODS 4	Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
ODS 5	Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas;
ODS 6	Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos;
ODS 7	Garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas para todos;
ODS 8	Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
ODS 9	Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
ODS 10	Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países;
ODS 11	Tornar as cidades e comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis;
ODS 12	Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;
ODS 13	Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos;
ODS 14	Conservar e usar de forma sustentável os oceanos, mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
ODS 15	Proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, travar e reverter a degradação dos solos e travar a perda de biodiversidade;
ODS 16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis;
ODS 17	Reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Figura 3: Objetivos de desenvolvimento sustentável

Fonte: Adaptado de www.ods.pt/ods/#17objetivos

1.2.7 A RSE na Indústria Alimentar

Como se referiu anteriormente o *Triple Bottom Line* é um dos modelos mais aceite pela comunidade científica, pelo que posteriormente com base num processo de investigação, num diálogo com os *stakeholders* foram identificadas sete dimensões de responsabilidade social na indústria alimentar: o ambiente, segurança dos produtos, nutrição, bem-estar dos trabalhadores, bem-estar dos animais, presença no mercado local e a responsabilidade económica (Forsman-Hugg *et al.*, 2009).

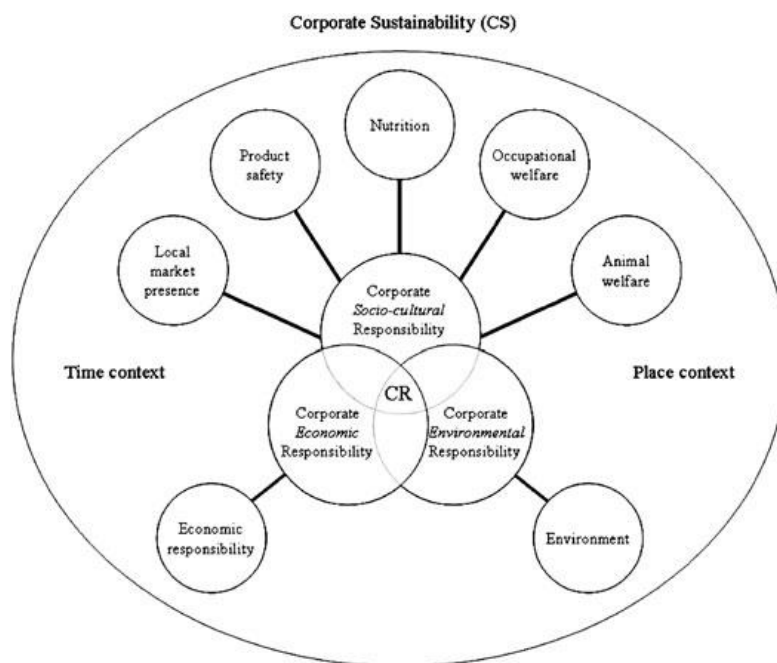


Figura 4: O TBL e a RSE.

Fonte: Heikkurinen e Forsman-Hugg. (2011)

Para se falar de responsabilidade social neste tipo de indústria, tem de se ter em linha de conta o modo como os alimentos são produzidos, quem os produz, onde e como são processados e distribuídos (Heikkurinen *et al.*, 2012).

Com base em estudos recentemente publicados, a RSE parece estar a ganhar importância na cadeia de abastecimento alimentar devido não só a natureza do produto como também às matérias necessárias para que o produto esteja pronto para consumo (Maloni & Brown, 2006). O comportamento responsável tem, assim, uma grande relevância para as empresas do setor alimentar devido à sua dependência com o ambiente e com a economia (Heikkurinen *et al.*, 2012).

Na indústria alimentar, a cadeia começa com o produto cultivado ou produzido numa exploração agrícola, que envolve a utilização de recursos naturais para produzir, como a água e o solo, pelo que será necessário haver um controlo sustentável do uso dos mesmos (Bilinelli, 2016).

Na atualidade a sociedade enfrenta um desafio de procurar estratégias para reduzir os impactos ambientais e o uso de recursos da produção de alimentos, ou seja, tornar a sua produção mais eficaz, isto porque a população mundial tem vindo a aumentar, fazendo com que ocorra um uso exaustivo de recursos naturais o que poderá levar a uma futura escassez (Chen *et al.*, 2016).

Kofi Annan, em 2000, fez um estudo denominado “*Millennium Assessment Reports (MA)*”, onde concluiu que nos últimos cinquenta anos os ecossistemas têm vindo a alterar-se de uma forma nunca antes vista, causando efeitos irreversíveis que irão ter implicações importantes para as empresas. Se os ecossistemas continuarem a degradar-se como têm vindo a acontecer nos últimos anos, haverá menos recursos, fazendo com que chegue a uma estagnação do mercado devido à impossibilidade de atender a procura destes e consequentemente os recursos tornar-se-ão mais caros devido à sua escassez (Bilinelli, 2016). Isto irá criar novos desafios para as empresas alimentares, uma vez que com o aumento da procura, o preço destes poderá vir a disparar, havendo recursos que não são renováveis pelo que eventualmente irão esgotar obrigando as empresas a mudar para práticas mais responsáveis e que contribuam para o desenvolvimento sustentável, na qual o uso de uma gestão eficiente dos recursos permite cumprir vários objetivos: respeito pelo ambiente, custos mais baixos, maior eficiência e melhores resultados (Heikkurinen, *et al.*, 2012 e Bilinelli, 2016).

Segundo Chen *et al.* (2016) uma das medidas que poderá ajudar a melhorar os comportamentos dos consumidores no momento da compra dos alimentos e a combater a escassez dos recursos é começar por alertar os estudantes, pois estes são mais suscetíveis à mudança de hábitos alimentares. Este alerta poderá ser feito através dos menus dos refeitórios e programas académicos.

Algumas escolas na América devido à preocupação por parte dos estudantes, professores e funcionários com os impactos nocivos do sistema alimentar mudaram o sistema de alimentação das suas cantinas para fontes mais sustentáveis, tentando comprar

os seus alimentos diretamente do produtor e com isto criar uma cadeia de abastecimento alternativa (Barlett, 2011).

Uma das soluções para combater os problemas subjacentes ao aumento da procura passa pela criação de normas internacionais que ajudem a enfrentar este problema de forma segura e sustentável, através da orientação e melhores práticas na produção de alimentos que promovem a segurança, qualidade e eficiência em toda a indústria alimentar.

O grande problema existente é o custo, pois muitas empresas não optam por certas medidas devido ao preço elevado que elas acartam. A título de exemplo, fica mais barato despejar resíduos no rio mais próximo do que pagar para os recolherem, mas felizmente muitas empresas acreditam que este custo poderá ser compensado devido à reputação que a empresa poderá ganhar (Bilinelli, 2016).

Mas apesar do custo ser elevado para as empresas, a Comissão das Comunidades Europeias, no *Livro Verde*, retrata que os consumidores pretendem produtos seguros e de maior qualidade que indiquem se são socialmente fabricados ou não, estando estes dispostos a pagar mais por produtos que estejam conforme os princípios da responsabilidade social e ambiental. Mas nem todos concordam com a afirmação presente no *Livro Verde* e alegam que os consumidores não estão comprometidos com as ações de RSE devido ao pouco conhecimento que têm sobre o assunto e focam-se apenas na seleção de produtos consoante a relação de qualidade e preço (Mohr *et al.*, 2001).

As alterações climáticas e o esgotamento dos recursos são uma das grandes prioridades dos governos e das ONG, isto pode-se observar nas cimeiras da *Conference Of the Parties* (COP) anuais. Na última realizada, em 2018, as 197 Nações Unidas elaboraram um documento final para pôr em prática o acordo que visa acabar com aquecimento global.¹

A *World Wildlife Fund* (WWF) e a sua campanha *Save Our Seafood* tenta sensibilizar o público para o consumo sustentável devido à pesca excessiva que pode levar

¹ pt.euronews.com/2018/12/15/cop-24-trabalhos-prolongados-a-procura-do-acordo, consultado em: 02/04/2019;

à extinção de algumas espécies. Em Portugal, para responder a este problema, foi criada a Portaria n.º14/2014, de 23 de Janeiro, a qual enumera a proibição e retenção de algumas espécies, noutras espécies é imposto um limite de dimensão e quantidade para a captura e marcação das mesmas.

Os problemas ecológicos gerados pelas empresas podem ser prejudiciais para o seu desenvolvimento, pois as disputas judiciais fazem com que a reputação e o poder competitivo da empresa seja degradada (Cunha *et al.*, 2007). Este problema pode ser visto em algumas marcas, como a Coca-Cola ou a Nestlé, ao serem alvo de notícias relativas às suas más condições de trabalho e falta de comportamentos ambientalmente responsáveis nos países em desenvolvimento, pelo que sofreram perdas significativas, isto porque houve um boicote do produto destas marcas (Barlett, 2011 e Hartmann, 2011).

As ONGs não hesitam em divulgar os comportamentos irresponsáveis das empresas, a fim de pedir um boicote geral a um produto, influenciar os consumidores através de petições ou até deixar de comprar uma marca (Bilinelli, 2016).

As empresas do setor alimentar operam em mercados altamente sobrecarregados em que os produtos alimentares têm características importantes como a qualidade (sabor) ou a credibilidade (valor nutricional, bem-estar animal), caso estas empresas não cumpram com certas características, podem ser alvo de escândalos por parte dos *media* (ex: carne estragadas e falta de condições de trabalho), com isto algumas empresas recorrem a práticas de RSE como estratégia de diferenciação que irá aumentar a sua reputação e consequentemente competitividade (Hartmann, 2011 e Barlett, 2011).

A ONU com a elaboração dos ODS tentou melhorar a qualidade de vida da população, no que diz concerne ao setor alimentar, através da tabela 4, podemos observar que estes objetivos podem ser concretizados através de algumas iniciativas por parte das empresas.

Tabela 4: Algumas iniciativas para cumprir com os ODS na indústria alimentar

ODS	Algumas Iniciativas
ODS 1	<ul style="list-style-type: none"> • Organização de eventos, menus ou promoções especiais, onde parte do lucro obtido irá ser doado para causas humanitárias; • Doar parte ou mesmo todas as gratificações recebidas por parte dos clientes; • Aderir a campanhas sociais que sejam organizadas no setor, como por exemplo “comas onde comeres, o importante é ajudar”².
ODS 2 e ODS 3	<ul style="list-style-type: none"> • Juntar alguma comida em bom estado e levá-la periodicamente as cantinas sociais; • Optar por produtos mais orgânicos e frescos; • Apresentar opções de produtos com a distribuição dos seus macronutrientes equilibrada e saudáveis; • Preservar bem os alimentos para não perderem os seus nutrientes; • Usar produtos de fornecedores agrícolas para ajudar nos rendimentos dos pequenos produtores e diminuir o tamanho da cadeia alimentar que é onde ocorre os maiores problemas de segurança alimentar.
ODS 6, ODS 12 e o ODS 13	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de sistemas de consumo eficiente para reduzir os gastos, principalmente os relativos aos fornecimentos e serviços externos, como os de eletricidade, água e gás; • Optar por opções de embalagem reciclável se possível; • Alcançar uma gestão ambiental sustentável dos produtos químicos e de todos os resíduos de forma a minimizar os seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente; • Integração de informação sobre a sustentabilidade nos seus relatórios de atividade.
ODS 8 e ODS 5	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de novos postos de emprego e apostar na formação de novos talentos de forma equitativa de géneros.
ODS 14	<ul style="list-style-type: none"> • Implementação de entraves na pesca para acabar com a sobre pesca e a pesca ilegal, de forma a proteger os ecossistemas marinhos.

Fonte: Adaptado TheFork(2018)

² A campanha “comas onde comeres, o importante é ajudar”, é um slogan da colaboração entre a Fundação Infantil Ronald McDonald e o The Fork, que consiste em dar um euro de donativo para o trabalho da fundação, que tem como objetivo manter as famílias unidas perto das suas crianças quando estas estão hospitalizadas.

1.2.8 A RSE e as cadeias de Abastecimento

As empresas da indústria alimentar operam num sistema complexo, devido às suas cadeias de abastecimento que podem ser longas (Anexo I). Ao serem complexas são quase incontroláveis no que diz respeito às práticas socialmente responsáveis ao longo desta cadeia (Heikkurinen *et al.*, 2012).

A cadeia de abastecimento de uma empresa é definida como uma série de empresas, incluindo fornecedores, clientes e transportadores de logística que trabalham juntos desde a formação da matéria prima até à entrega ao consumidor final. Embora os trabalhadores do processo na cadeia de abastecimento tenham demorado a adotar políticas socialmente responsáveis a RSE está a ganhar impacto ao longo do tempo (Murphy & Post, 2002).

Ao longo da cadeia cada interveniente tem desafios diferentes nas práticas sustentáveis, isto é, os produtores primários enfrentam desafios diferentes dos fabricantes e dos comerciantes, estes problemas estão identificados na sua generalidade na figura 3, onde a RSE é apresentada no centro da figura e os problemas ao seu redor (Heikkurinen *et al.*, 2012).

Barlett (2011) no seu estudo retrata que a produção e o transporte de alimentos a longa distância são os principais contribuintes da formação de gases de efeito estufa, os consumidores devido à nocividade devem tentar optar por comprar os alimentos sempre que possível diretamente dos produtores ou nos mercados locais.

Para colmatar algumas falhas existentes entre as normas legais e sociais ou para superar a fraca aplicação de normas, as empresas de alimentos cada vez mais usam normas e códigos para promover práticas ambientalmente e socialmente responsáveis não apenas internamente, mas em todas as suas cadeias de abastecimento, como a proibição de trabalho infantil. Estas normas fazem com que se possa transmitir informações aos consumidores com maior fiabilidade protegendo a empresa contra incidentes de segurança alimentar, ambiental ou social (Hartmann, 2011).

Algumas empresas do setor alimentar procuram uma maneira de reduzir os custos através da intensificação da criação dos animais, o que leva a várias práticas que questionam o bem-estar animal, como o espaço que estes têm, o ar fresco, luz solar e interação com os outros animais (Maloni & Brown, 2006). A melhoria do bem-estar dos animais, segundo Hughes (1995), não irá fazer com que as vendas aumentem

necessariamente, mas faz com que haja uma possibilidade de as vendas não reduzirem devido às preocupações dos consumidores.

Muitos consumidores não estão cientes da relação entre a indústria alimentar e o bem-estar dos animais, isto acontece devido a rotulagem insuficiente, falta de produtos quem comprovem este bem-estar e o excesso da procura por parte dos consumidores (Schröder & McEachern, 2004).

Um dos problemas que mais preocupa a sociedade são as doenças presentes nos produtos alimentares, na qual o processo de abastecimento é complexo sendo praticamente impossível identificar onde ocorrem os problemas, uma maneira de controlar este problema é fazendo a rastreabilidade dos alimentos ao longo da cadeia de abastecimento, isto permite que a indústria controle as doenças de forma mais rápida e económica (Barlett, 2011).

A rastreabilidade tem o objetivo de delinear o histórico, uso ou localização de um item ou atividade através de registada e arquivada, incluindo informação sobre a origem dos ingredientes e matérias subsidiárias desde a à sua última transação comercial (Miranda, 2012), tal como empresas como o LIDL ou a McDonalds realizam nos seus sítios eletrónicos e/ou na rotulagem dos produtos.

A título de exemplo, o LIDL, na rotulagem das suas carnes, menciona informações como o país de origem do animal, onde foi criado e abatido, a sua validade, local de embalagem. Desta forma, e mostrando ao consumidor todo o caminho percorrido pelo produto, consegue ganhar uma imagem de valor aos olhos da população.³

Outra empresa bastante popular e com grande influência na população é a McDonalds, que também valoriza certos procedimentos ao nível da Responsabilidade Social. No seu sítio eletrónico é possível aceder a diversas informações que mostram como é que o produto final é feito, que ingredientes são utilizados entre outros. Ainda disponibilizam aos consumidores um conjunto de práticas que se comprometem a seguir: i) fornecer carne não tratada com antibióticos; ii) proteger o solo e a água; iii) capacitar aos agricultores formação em técnicas de agricultura sustentáveis; iv) uso de embalagens recicladas.⁴

³ www.lidl.pt/pt/carne.htm, consultado em 04/03/2019

⁴ www.mcdonalds.com, consultado em 22/05/2019;

Importa salientar, ainda relativamente a toda esta temática, que atualmente a população está mais preocupada com a alimentação o que sem dúvida é a base para uma saúde de qualidade. Assim, cada vez mais se preocupam com o tipo de produto que inserem no seu plano alimentar. Com isto, muitas empresas optam pelo uso de processos biológicos para fazer produtos através da mutação do ADN, cultivo de culturas de tecidos vegetais, clonagem, e estimulação do crescimento, processos estes que possuem benefícios para a indústria alimentar, como maior produtividade, menos custos, melhor saúde animal, menor perda de colheitas, teste de doenças e menor necessidade de herbicidas e pesticidas (Maloni & Brown, 2006).

A competitividade de mercado, o aumento da procura e o esgotamento dos recursos disponíveis faz com que algumas empresas optem pelo uso de alimentos geneticamente modificados, para lhe dar certas características como a tolerância à seca, resistência de pragas, melhoria na produção e ciclos de vida mais curtos, mas o uso deste tipo de alimentos gera algumas preocupações para alguns científcos, isto porque como os animais se adaptam, a resistência a pragas nestes produtos poderá fazer com que estes criem alguma resistência gerando um novo tipo de insetos mais fortes que poderão causar graves problemas futuramente (Bilinelli, 2016).

A Organização Mundial da Saúde (OMS), no seu guia para um mercado de alimentos saudáveis alertam para o aumento das doenças transmissíveis pelos alimentos e isto faz com que haja grandes impactos económicos, especialmente nas indústrias alimentares. Grandes quantidades de alimentos podem ter de ser recolhidos e, por vezes destruídos e com a internacionalização do comércio há um risco de os alimentos contaminados num país provocarem um surto noutra país (WHO, 2006).

Em Portugal existem vários casos destes, um exemplo disto é uma notícia do Jornal de Notícias, de 25 de Maio de 2019, que nos diz que desde 2017 até 15 de Março de 2019 foram instaurados 57 processos-crime pela ASAE. Destes em 2018, foram analisadas 82 amostras de carne onde três delas continham sulfitos⁵ e quatro tinham salmonellas⁶.

⁵ Sulfitos são substâncias que evitam o desenvolvimento de microrganismos e ajudam a manter a cor original dos alimentos, na qual em doses elevadas podem ser tóxicos (Fonte: DECO, 2011);

⁶ Salmonella é uma bactéria responsável por infeções no ser humano (Fonte: CUF)

⁷ <https://www.jn.pt/economia/interior/talhos-apanhados-a-vender-carne-falsificada-e-estragada-10939372.html> consultado em: 14/06/2019

As empresas para manter o custo baixo dos seus produtos, deslocam a sua produção para países em desenvolvimento, tais como a China, causando a alguns consumidores alguma preocupação devido a incidentes que indicam falta de segurança alimentar e também pelas más condições de trabalho que algumas empresas oferecem nesses países (Bilinelli, 2016). A cadeia de abastecimento alimentar envolve trabalho manual, esgotante e perigoso, caracterizado por baixos salários, carga horária excessiva e más condições de trabalho (Martin, 1991).

Outro problema muito grave passa pela contratação de trabalhadores estrangeiros que não estão legalmente autorizados a permanecer no país. Crimes como o trabalho infantil e trabalho escravo acabam por ocorrer, onde não são dadas as devidas condições de trabalho já que acabam por ficar expostas a substâncias tóxicas advindas dos pesticidas, as crianças operam em máquinas pesadas, há falta de água potável, entre outras falhas que acabam por ser ressaltadas (Maloni & Brown, 2006).

Outro problema neste sector para os trabalhadores é a sazonalidade de alguns produtos, isto porque há produtos que só são colhidos numa determinada estação do ano, levando a que quem faz agricultura de profissão tenha emprego temporário e sazonal (Maloni & Brown, 2006).

Segundo o Jornal Observador, de 25 de Janeiro de 2018, Portugal é um dos países da UE com mais acidentes no trabalho, os funcionários envolvidos em ações de inspeção são cada vez menos, pelo que mesmo havendo leis, de nada servem se a fiscalização não garantir segurança no trabalho.⁸

A higiene e segurança no trabalho em Portugal está regulamentada no artigo 284.º do Código do Trabalho, que regula o regime jurídico da promoção e prevenção da segurança e da saúde no trabalho, cabendo a ACT inspecionar as condições de trabalho e realizar inquéritos em caso de acidentes de trabalho, devendo o empregador e o trabalhador cumprirem com as obrigações presentes nesta lei (Neto, 2015).

Como alguns destes empregadores são agricultores independentes é improvável terem programas de RSE em vigor, pelo que os comerciantes deverão ter a responsabilidade de se certificarem que obtêm produtos de fornecedores que não violem

⁸ www.observador.pt/2018/01/25/portugal-estado-nao-garante-seguranca-e-saude-no-trabalho/, consultado em: 15/05/2019

os direitos humanos e outras práticas impróprias, pois para a toda a cadeia alimentar ser socialmente responsável, as responsabilidades começam desde o início da cadeia (Bilinelli, 2016).

A indústria alimentar tem muitos impactos no ambiente como a eliminação de resíduos, danos no solo e na água devido ao uso de produtos químicos, poluição, desflorestação e o aquecimento global. As preocupações dos consumidores com os impactos da indústria alimentar no ambiente levam a que os comerciantes obtenham mais produtos biológicos, que se caracterizam pela utilização de práticas agrícolas sustentáveis e pelo uso limitado de produtos químicos no processo agrícola. A procura por este tipo de produtos está a crescer rapidamente, mas o crescimento deste mercado traz alguns problemas nomeadamente no que diz respeito ao elevado preço que se pratica na venda dos mesmos (Maloni & Brown, 2006).

A RSE pode ser uma salvaguarda nestas questões, isto porque se houver compreensão de toda a cadeia alimentar minimiza-se o risco de doenças de origem alimentar e maximiza-se a segurança dos produtos. Um bom instrumento de gestão do risco usado pelos fabricantes é o *Hazard Analysis and Critical Control Point* (HACCP), presente na regulamentação europeia na Diretiva 93/43/CEE, que exige a avaliação dos riscos e a realização de controlos adequados para garantir que o produto é fabricado de forma segura e não apresenta quaisquer riscos para a saúde ou segurança do público em geral (Bilinelli, 2016).

O Regulamento (CE) n.º 853/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, no seu artigo n.º5, obriga os operadores do setor alimentar a criar, aplicar e manter um processo ou processos permanentes baseados nos sete princípios do HACCP, ficando apenas dispensados destes se não for possível determinar os pontos críticos de controlo e que demonstrem medidas preventivas que assegurem a segurança alimentar dos alimentos⁹. Esta é uma das muitas certificações que podemos encontrar neste setor.

1.2.9 Certificações

O papel certificação é importante na medida em que as empresas terão que cumprir as exigências da norma, em países em desenvolvimento este papel é mais notado e de

⁹ <https://www.asae.gov.pt/>, consultado em 15/04/2019

maior importância principalmente nas questões laborais em que muitos trabalhadores são forçados a trabalhar em horas excessivas e a baixo custo (Gomes, 2010).

Com o fomento das práticas socialmente responsáveis aumentaram também os instrumentos de controlo às mesmas: códigos, relatórios, normas, sistemas de gestão, entre outros. Estes têm como função a criação de níveis mínimos de desempenho, na qual ajudam os utilizadores da sua informação a avaliar os processos e sistemas e consequentemente o impacto da RSE nas empresas (Santos, 2017)

Uma forma de evidenciar a prática de ações de responsabilidade social poderá ser através da certificação com base na norma SA 8000 – Sistema de Gestão Responsável, a gestão deve ser feita segundo o cinco princípios: o privilégio à prevenção da poluição na origem, princípio da precaução, princípio do poluidor-pagador, combate à corrupção e com o objetivo de promover padrões sustentáveis, prevenir alterações climáticas e promover comportamentos éticos e transparentes (COMPETE, 2011).

Relativamente à norma SA8000 foi a primeira norma de auditoria que certifica as empresas com sistemas de gestão de responsabilidade social implementados.

Esta norma baseia-se em nove requisitos:

- Trabalho infantil – proibição do trabalho infantil;
- Trabalho forçado – proibição do trabalho forçado, retenção de documentos e ordenados;
- Saúde e segurança no trabalho – garantir condições de segurança e saúde no trabalho de modo a prevenir acidentes;
- Liberdade de associação e direito à negociação coletiva – respeito pelo direito a associação de sindicatos;
- Discriminação – proibição de atos discriminatórios baseados na raça, classe social, nacionalidade, religião, deficiência, género, orientação sexual, associação a sindicato ou filiação política e idade;
- Práticas disciplinares – proibição de práticas disciplinares, recorrendo a punição corporal, mental, coerção física e abuso verbal;
- Horário de trabalho – cumprimento das leis aplicáveis;
- Remuneração – deve ser superior aos valores mínimos em vigor;
- Sistemas de gestão – definir a política da empresa quanto à responsabilidade social envolvendo a direção e os representantes da

empresa no planeamento e implementação, no controlo de fornecedores, nas ações corretivas, na comunicação externa, no acesso para verificação e nos registos.

Ao obter esta certificação as entidades ganham maior credibilidade e reputação no mercado, vantagem competitiva, maior controlo da conformidade legal, aumento da produtividade e melhor relação com todas as partes interessadas, esta é entregue pela APCER – associação portuguesa de certificação, que avalia e emite os certificados desta norma. (COMPETE, 2011).

No que concerne à norma AA1000, segundo Santos (2017) esta não permite analisar o desempenho da empresa segundo um “ideal”, mas sim um “*padrão voluntário que orienta a empresa no seu relacionamento com as partes interessadas*”.

A norma regula um conjunto de princípios de qualidade e de processos de avaliação ética, sendo eles:¹⁰

- Princípio da Inclusão – é o ponto de partida para se determinar a relevância;
- Princípio da Relevância - delimita as temáticas de mais relevo para a empresa e para as suas partes interessadas;
- Princípio da Responsabilidade – as decisões, ações e desempenho em relação a assuntos relevantes.

As ISO são desenvolvidas por grupos de peritos representantes de indústrias, organizações não governamentais, governos e outras partes interessadas, onde cada representante lida com uns tópicos diferentes.

Todos os intervenientes da cadeia de abastecimento alimentar desde os agricultores até aos retalhistas, podem beneficiar das orientações e das práticas contidas nas normas presentes nas ISO.

A ISO 20633 especifica métodos de teste importantes para a determinação quantitativa de vitaminas e outros micronutrientes em fórmulas infantis, para ajudar a garantir que o seu conteúdo nutricional esteja de acordo com a sua declaração.

¹⁰ Accountability (2008)

Para salvaguardar a segurança alimentar, existem medidas nacionais e da UE que abrangem todas as fases da produção, processamento e distribuição de alimentos e ração animal, isto pode ser visto na norma ISO 22000 que especifica os requisitos para salvaguardar a segurança alimentar.

Em 2004, a ISO aprovou a elaboração de uma norma internacional de responsabilidade social, a ISO 26000, que abrange sete temas: governação organizacional, direitos humanos, práticas laborais, ambiente, práticas operacionais justas, temas de consumo e envolvimento e desenvolvimento da comunidade.

A ISO 26000 define a RSE como a responsabilidade que uma organização tem pelos impactos das suas decisões e atividades na sociedade e no ambiente, através de ações éticas e transparentes que contribuem para o desenvolvimento sustentável, o bem-estar da sociedade, que por sua vez irão gerar confiança e fidelizar os consumidores, tendo em conta as expectativas dos *stakeholders*.

A ISO 26000 ajuda as empresas a alcançarem um bom padrão de responsabilidade social ao fornecer orientação e explicação de questões que podem surgir na execução de algumas atividades ao abordar a melhor maneira de integrar a responsabilidade social nestas.

O problema associado as práticas de RSE ou certificações de sistemas de gestão ambiental e social, ou a apresentação de relatórios de RSE e auditados por terceiros exige tempo, dinheiro e conhecimentos especializados, havendo empresas que não querem gastar estes recursos.

2 CAPÍTULO II – Apresentação do estágio na Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A.

O presente relatório foi desenvolvido no âmbito do estágio curricular integrado no Mestrado de Contabilidade e Fiscalidade Empresarial e realizou-se na Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A. no período de 2 de Janeiro de 2019 a 28 de Junho de 2019, perfazendo um total de 960 horas.

O percurso do estágio e as tarefas que realizei foram coordenadas e supervisionadas pela Dra. Sandra Maria Batista Padilha, secretária da direção, pela responsável das encomendas Cátia Ferreira e pela Eng. Nelma Lemos responsável pelo controlo da qualidade e da segurança alimentar.

Este estágio integrado nesta indústria alimentar acima mencionada teve como principal objetivo estudar a responsabilidade social na indústria alimentar, mas também tive oportunidade de desempenhar outras tarefas em diferentes centros de atividade.

Ao longo dos seis meses ao ser dividido pelos diferentes centros de atividade, foram desempenhadas diferentes atividades, no centro de aprovisionamento/compras a tarefa desempenhada era o acompanhamento das matérias-primas e dos produtos, deste a sua aquisição até a sua transformação num produto.

De forma a entender melhor as políticas alimentares e as responsabilidades subjacentes foram desempenhadas algumas tarefas no departamento de qualidade, que estavam interligadas com as tarefas do centro das encomendas.

Neste capítulo, iremos fazer uma breve apresentação da entidade acolhedora do estágio e a descrição das tarefas desempenhadas.

2.1 Apresentação da Entidade Acolhedora¹¹

2.1.1 Breve caracterização da Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A.

A Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A. (N.G.G., S.A.), tendo como marca Vasco da Gama, constituiu-se há 23 anos com a designação Vasco da Gama-Estabelecimentos Nova Gama, Produtos Alimentares, Lda.

O capital social inicial da entidade era cerca de 20.000 €, exercendo atividade produtiva e comercial, exclusivamente dedicada ao fabrico de produtos ligados ao sector da panificação, pastelaria, gelados e chocolate.

Com o crescimento da empresa foi necessário mudar o tipo societário para uma Sociedade Anónima, ficando esta entidade com a designação de Nova Gama Gourmet Indústria Alimentar, S.A., alterando assim a sua natureza jurídica, social e o seu capital social para 250.300€.

A Vasco da Gama é constituída pelos seguintes cinco estabelecimentos comerciais distribuídos pela cidade de Coimbra e uma fábrica no parque industrial de Taveiro onde se situa a sede social da empresa.



Figura 5: Sede e Estabelecimentos Comerciais da N.G.G. S.A.

Fonte: Adaptado Google Earth

¹¹ Informações retiradas do Manual de Segurança Alimentar da entidade acolhedora e do seu sítio eletrónico.

2.1.2 Estrutura Organizacional

O Organograma demonstrado na Figura 5 apresenta um excerto da estrutura organizacional a Vasco da Gama. Dada a extensão e a complexidade do mesmo, este excerto tem o objetivo de realçar onde foram realizadas as tarefas do estagiário, no Anexo II é apresentado o organograma integral da entidade.

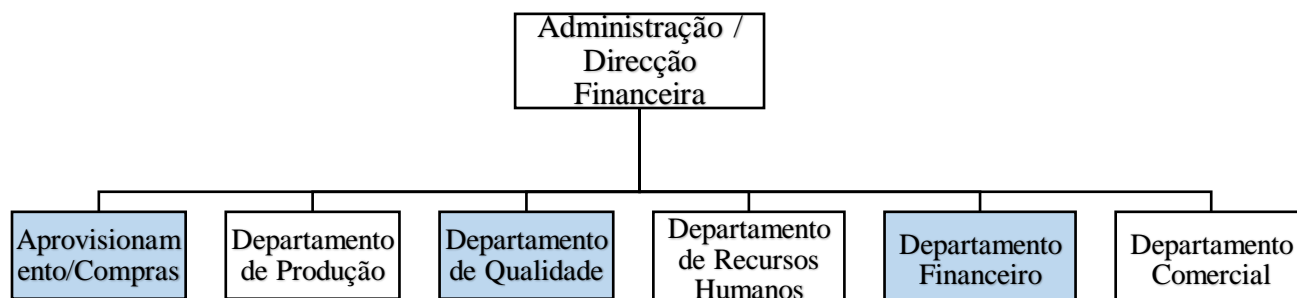


Figura 6: Organograma N.G.G, S.A.;

Fonte: Adaptado Manual de Segurança Alimentar

2.1.3 Missão

A Vasco da Gama, tem como missão ser reconhecida como uma empresa do sector da alimentação especializada, tentando oferecer aos seus clientes a melhor qualidade e o verdadeiro sabor da pastelaria e padaria tradicional portuguesa.

2.1.4 Portfólio de produtos

A produção dos produtos ocorre na sede da empresa em Taveiro, estes produtos são transportados posteriormente para os seus outros estabelecimentos ou diretamente para o cliente.

Como produtos, a entidade acolhedora, fabrica inúmeros e variados tipos de: bolos/pastéis, pães, salgados, gelados, chocolates.

2.1.5 Política de higiene e segurança alimentar

Na medida de assegurar a segurança dos produtos fabricados a entidade acolhedora apostou num Manual de Segurança Alimentar de acordo com os princípios do HACCP (Anexo III). Este manual retrata as políticas da segurança alimentar realizadas pela N.G.G., S.A., com o objetivo de aperfeiçoar a qualidade e segurança da entidade face à competitividade e complexidade do mercado atual e a exigência dos clientes.

A Vasco da Gama, como vimos anteriormente, possui 6 estabelecimentos em Coimbra. Como os produtos exigem um manuseamento delicado, para assegurar que os mesmos não se danifiquem no seu transporte e garantir que chegam nas melhores condições aos seus clientes, a empresa acolhedora tem numa frota própria de veículos adequados ao transporte dos seus produtos.

A política de segurança alimentar da Vasco da Gama sintetiza-se em três pontos:

- Produzir alimentos seguros para o consumidor, ou seja, isentos de perigos e que não coloquem em risco a vida deste;
- Tentar satisfazer os clientes e ganhar o seu apreço;
- Consciencializar e dar formação contínua aos colaboradores.

De forma a assegurar o cumprimento das políticas a entidade propõe:

- Assegurar formação contínua dos colaboradores;
- Tornar a qualidade e a segurança alimentar como parte integrante da postura, mentalidade e atitudes dos seus colaboradores, através da realização de ações periódicas de formação e sensibilização para as questões relacionadas com a higiene, qualidade e segurança alimentar;
- Assegurar que os recursos considerados como fundamentais para a implementação e desenvolvimento do Sistema HACCP são disponibilizados;
- Revisão periódica, e sempre que haja alterações dos processos da empresa, da análise de riscos alimentares, dos pontos críticos de controlo e dos processos de controlo e acompanhamento, de forma a manter atualizado o Sistema de Segurança Alimentar implementado;
- Efetuar auditorias internas periódicas de avaliação do cumprimento dos requisitos impostos pela legislação em vigor;
- Elaborar relatórios, após as auditorias nos quais devem constar as apreciações, as sugestões, recomendações e propostas corretivas a aplicar, tendo como finalidade solucionar ou minimizar as anomalias detetadas.

Para minimizar o risco de contaminações físicas, químicas e microbiológicas, são elaborados planos de higiene, estes planos asseguram que a entidade cumpre com os padrões exigidos. Os produtos utilizados neste plano têm de ser autorizados e acompanhados da respetiva ficha técnica que indica as características, as indicações para a sua correta utilização e a respetiva ficha de segurança. Nesta deve constar a informação

referente à segurança, proteção do utilizador, composição do produto, condições de armazenagem, transporte e primeiros socorros.

Os colaboradores na zona de produção dos produtos, devem-se fazer acompanhados de uma farda de proteção adequada, não devem usar acessórios, antes de manusearem nos produtos/matérias-primas, devem certificar-se que higienizam as mãos e caso tenham feridas deveram protegê-las.

Os visitantes antes de entrarem dentro da zona de fabrico devem preencher um formulário (Anexo IV), a sua visita é acompanhada por um responsável que irá conduzir a visita, sendo necessário usarem uma farda descartável de proteção adequada, não podem usar acessórios, manusear os produtos, matérias-primas e os equipamentos.

2.2 Descrição das atividades realizadas

Ao longo dos seis meses do estágio curricular como foi referido anteriormente, foram realizadas várias atividades, que serão descritas neste subcapítulo.

As atividades foram desenvolvidas em três centros da empresa, centro de aprovisionamento/compra, departamento de qualidade e departamento financeiro.

No centro de aprovisionamento/compra o objetivo principal das atividades realizadas foi acompanhar os produtos/matérias-primas desde a sua aquisição até a sua expedição. No departamento financeiro foram realizadas tarefas como: arquivo de documentos e práticas de controlo interno.

O acompanhamento do produto/matéria-prima pode-se dividir em três fases, aquisição do produto/matéria-prima, o seu controlo e por último a sua expedição para os clientes.

Salientam-se, assim no acompanhamento dos produtos/matérias-primas, as seguintes atividades realizadas:

- Na aquisição dos produtos: i) averiguar o fornecedor mais adequado; ii) emissão das notas de encomenda; iii) verificar se a fatura está conforme a nota de encomenda; iv) registar a fatura no programa informático; v) atualizar o mapa de custos; e vi) arquivar a fatura;
- No controlo dos produtos: i) Verificar se os produtos se encontram armazenados adequadamente; ii) Atualizar as existências no programa

informático; e iii) verificar se as existências presentes no programa coincidem com as existências reais;

- Na expedição dos produtos: i) elaboração das guias de remessa e guias de transporte;

2.2.1 Arquivo

Os documentos rececionados pela empresa são arquivados em pastas devidamente identificadas, a identificação destas é feita de acordo com as características do documento e do ano a que respeita.

O arquivo da empresa é subdividido em dois tipos, o arquivo do departamento de qualidade e o arquivo contabilístico.

O arquivo do departamento de qualidade é constituído por várias pastas de controlo da certificação dos fornecedores, dos produtos, dos estabelecimentos, dos funcionários, e das matérias-primas.

Por outro lado, o arquivo contabilístico é constituído pelos seguintes diários: bancos, clientes, caixa, notas de crédito, notas de débito, faturas de matéria-prima, faturas diversas, fornecedores, recibos, donativos, remunerações e operações diversas.

Nas tarefas desempenhadas, o arquivo usado era o contabilístico, na qual os documentos eram arquivados de acordo com o tipo de documento rececionado ou emitido, estando organizados primeiramente por ordem crescente cronológica. Caso tivessem a mesma data a ordenação era feita alfabeticamente e se, por acaso, estas fossem coincidentes procedia-se à ordenação numérica de emissão.

2.2.2 Práticas de controlo interno

Nas práticas de controlo interno as tarefas desempenhadas eram: reconciliações bancárias, verificação dos saldos dos balancetes e conferência das contas de clientes e fornecedores.

As reconciliações bancárias na entidade eram feitas mensalmente, comparando o saldo final das contas de depósitos à ordem da entidade com o saldo final do extrato contabilístico do período respetivo. Porventura, poderá existir uma diferença entre estes saldos, pelo que esta deve ser explicada, ou seja, ser possível quantificar quais as razões

para essa diferença, um exemplo de uma diferença é haver um movimento debitado no banco que não esteja contabilizado pela empresa.

Outra tarefa de controlo interno realizada foi a circularização de saldos, esta tarefa foi realizada no início do estágio no fecho de contas da entidade, em que os fornecedores enviavam pediam a N.G.G., S.A. confirmação de saldos de conta corrente, para tal era necessário comparar o saldo em aberto do fornecedor com o saldo em aberto evidenciado na contabilidade da empresa.

Os saldos ao não coincidirem é necessário elaborar um documento que esclareça a diferença dos saldos, esta diferença pode ter origem no facto de haver faturas que estejam a aguardar aprovação e não estejam ainda contabilizadas, ou que sejam contabilizadas apenas em data posterior à data do extrato fornecido.

2.2.3 Aquisição dos Produtos/Matérias-Primas

Nesta fase de acompanhamento dos produtos, primeiramente é necessário identificar quais são os produtos/matérias-primas em falta ou em baixo stock, esta identificação é realizada pelos responsáveis dos diferentes centros de produção que irão comunicar à responsável do centro de aprovisionamento/compras.

Com esta identificação realizada, é necessário consultar os fornecedores dos produtos respetivos, comparando as propostas de diferentes fornecedores para um mesmo produto e/ou matéria-prima, e só após isto é selecionado o fornecedor e enviada digitalmente a nota de encomenda.

A qualidade e a segurança dos alimentos fornecidos são controladas através de uma avaliação dos fornecedores, realizada pela responsável do departamento de qualidade. Nesta avaliação os fornecedores devem enviar uma declaração comprovativa do sistema de segurança alimentar implementado (*HACCP* ou outro) e as fichas técnicas dos produtos fornecidos.

As políticas alimentares nesta fase tinham como objetivo garantir que os produtos/matérias-primas cumprissem com:

- Características higio-sanitárias;
- Características macroscópicas;
- Higiene do veículo e do material de transporte;
- Higiene do condutor e da vestimenta;

- Temperatura dos produtos transportados;
- Acondicionamento;
- Rotulagem dos produtos;
- Prazos de validade dos produtos;
- Prazos/horário de entrega;

A nota de encomenda emitida é impressa e colocada num arquivo que se encontra num gabinete no cais de receção, isto porque fica mais acessível ao responsável da receção das mercadorias. No momento da receção das mercadorias o responsável deve ter atenção a fatura rececionada, e verificar se a quantidade e as rotulagens das mercadorias recebidas coincidem na fatura e na nota de encomenda.

De forma a garantir a segurança alimentar no ato de receção das mercadorias verifica-se:

- As condições de higiene do transporte das mercadorias;
- Se os alimentos foram transportados à temperatura adequada, caso os produtos congelados cheguem em fase de descongelação estes devem ser devolvidos ao fornecedor;
- A data de validade ou de durabilidade mínima dos produtos de forma a não se adquirirem produtos fora do prazo de validade ou com prazo de validade pequeno, e que possa pôr em causa a sua utilização;
- Se as embalagens se encontram danificadas, sujas ou abertas.

Os alimentos recebidos, caso apresentem alguns dos aspetos anteriormente descritos, ou em caso de dúvida, devem ser rejeitados e devolvidos. O colaborador responsável por esta tomada da decisão deve: separar, identificar o produto, especificar por escrito na fatura a não conformidade que motivou a rejeição e preencher o boletim interno de não conformidade (Anexo V).

Após verificadas todas as condições, se estas estiverem dentro dos parâmetros, a fatura é carimbada com um carimbo adequado para este fim pelo colaborador responsável pela receção, este preenche os dados presentes no carimbo e caso o produto seja refrigerado deverá anexar o comprovativo da temperatura do transporte à fatura (ex: Anexo VI).

Posteriormente à receção das mercadorias e se ter verificado que esta reúne as condições exigidas, a fatura é anexada a nota de encomenda e é entregue no gabinete de contabilidade, de forma a registarem a fatura no programa informático, e futuramente proceder ao pagamento da mesma.

No registo da fatura no programa informático, de forma a obter a informação atualizada sobre os produtos recebidos, são indicadas: a quantidade rececionada, o lote do produto, a sua validade e ao preço a que estes foram adquiridos líquidos de possíveis descontos.

Após o registo das entradas dos produtos no sistema, caso estes alterem o seu preço, é necessário atualizar os mapas de custos dos produtos pré-definidos pela entidade (Anexo VII), pois a margem de lucro destes pode aumentar ou diminuir, que é um fator a ter em conta no momento de escolha do fornecedor do produto.

Por último, após reunidos todos estes passos, a fatura é arquivada no respetivo diário, de forma a ser acessível aos colaboradores e estes conseguirem informações mais facilmente.

2.2.4 Controlo dos Stocks

Após a receção das mercadorias, caso estes sejam alimentares são acondicionados sobre estrados ou prateleiras afastadas do pavimento e paredes, de forma a facilitar os procedimentos de higienização.

Na armazenagem dos produtos deve-se separar as matérias-primas por famílias de produtos, de forma a estes serem de fácil acesso e evitar que ocorra contaminações, transmissão e absorção de cheiros entre produtos alimentares de natureza diferente.

Na gestão de stocks utiliza-se o método FEFO (*first expire, first out*) pois o que vence a validade primeiro é o primeiro produto utilizado. A gestão de stocks é realizada com o objetivo de permitir a correta rotação de stocks e evitar a permanência de produtos/matérias-primas cujo seu prazo de validade tenha expirado.

No início e no final de cada semana, para garantir que não seja utilizado produtos cujo o prazo de validade esteja ultrapassado ou deteriorados, é efetuada uma inspeção aos diferentes locais de produção. Na inspeção são anotados os lotes e as validades das matérias-primas em utilização, caso haja algum produto fora dos parâmetros exigidos,

estes são devidamente identificados com uma etiqueta própria (figura 6) e retirados do local.

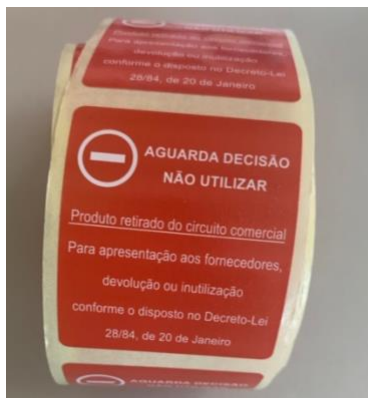


Figura 7: Etiqueta de produtos não conformes

No final do processo produtivo do dia, é realizado a rastreabilidade dos produtos fabricados, para controlar os produtos que foram fabricados nesse dia. Na rastreabilidade dos produtos são indicados: os nomes dos produtos, as quantidades, os lotes e as datas de validade dos mesmos (Anexo VIII).

Na folha da rastreabilidade diária, são anexadas as fichas técnicas dos produtos, como podemos observar no Anexo IX, estas fichas contêm: as matérias-primas utilizadas, as quantidades utilizadas, os lotes, os prazos de validade e o método de preparação do produto. As fichas técnicas dos produtos são elaboradas para garantir que os produtos são fabricados nas condições exigidas e próprias para consumo, ou seja, estão de acordo com os parâmetros de segurança alimentar.

Quinzenalmente, um colaborador procede à contagem dos produtos/matérias-primas presentes no armazém, esta contagem é realizada para verificar se as existências presentes no programa informático da entidade estão de acordo com as existências reais, caso não coincidam são averiguados possíveis motivos que poderiam ocorrer para tal desvio.

2.2.5 Expedição

A entidade acolhedora, diariamente distribuí os seus produtos, da fábrica para os seus restantes estabelecimentos e clientes.

Como foi referido anteriormente, a entidade acolhedora possui uma frota própria para a distribuição dos seus produtos de forma a garantir que os mesmos sejam

transportados de forma adequada e segura. O transporte destes produtos obedece às medidas de higiene definidas pela responsável do departamento de qualidade.

De forma a respeitar os princípios de HACCP, um colaborador separa primeiramente os produtos que irão ser transportados pelo género alimentício e pelo local que o produto irá ser entregue. Após a separação dos produtos, os colaboradores responsáveis pelo transporte, devem carregar os diferentes veículos da empresa, de acordo com os géneros alimentícios dos produtos.

Eventualmente, poderá ser necessário transportar produtos de diferentes géneros, neste caso, o colaborador que realiza a separação dos produtos deve proteger os produtos de possíveis contaminações, colocando os diferentes produtos em caixas de plástico devidamente fechadas e rotuladas.

Após o carregamento dos veículos, antes de proceder a sua distribuição é necessário efetuar uma guia de transporte ou guia de remessa. Caso o transporte seja para um estabelecimento da N.G.G., S.A é realizada uma guia de transporte, caso contrário elabora-se uma guia de remessa. Na emissão destas guias é necessário comunicar à Autoridade Tributária, que irá atribuir um código à guia respetiva.

Nas guias emitidas para além da descrição, quantidades e preços dos produtos, é necessário indicar também qual o lote dos produtos expedidos, de forma a dar saída destes no sistema informático, ajudando assim a entidade no controlo dos seus stocks.

No decorrer do transporte, os distribuidores devem garantir que a temperatura de refrigeração está de acordo com as características dos produtos e no momento de entrega, os distribuidores devem entregar o registo de temperatura ao cliente de forma a salvaguardar que o produto foi transportado nas condições exigidas.

O estagiário teve oportunidade de acompanhar e colaborar com todas as atividades aqui descritas.

CONCLUSÃO

O tema desenvolvido no presente relatório de estágio teve como objetivo investigar o papel da Responsabilidade Social na indústria alimentar. Para tal, pretendeu-se primeiramente entender um pouco melhor a responsabilidade social empresarial e o seu papel nas empresas e posteriormente a sua importância na indústria alimentar.

O mundo empresarial encontra-se cada vez mais competitivo, sendo por isso necessário a adoção de medidas que façam as empresas destacarem-se, a responsabilidade social empresarial é uma dessas medidas e as empresas cada vez mais a adotam.

Para adotar uma política de RSE, as empresas devem-se concentrar nos interesses dos *stakeholders* que têm uma grande influência no crescimento e continuidade da empresa. A relação entre a sociedade e as empresas é intrínseca, uma ação realizada por um destes atores poderá influenciar o outro, pelo que as empresas nas suas ações devem ter em consideração a reação da sociedade perante essa ação.

O conceito de RSE foi debatido ao longo do tempo, para alguns a responsabilidade social empresarial era apenas um custo para as empresas, e as suas práticas iriam contra o objetivo principal da empresa, que era apenas maximização do seu lucro. Contudo, as empresas com o passar do tempo foram mudando a sua perspetiva sobre as práticas de RSE, e um dos principais causadores desta mudança foi a influência dos *stakeholders*, que cada vez mais se consciencializaram das consequências das ações empresariais, e pressionaram as mesmas a fazer melhor uso dos seus recursos.

A indústria alimentar é um dos setores que mais preocupa a sociedade, isto porque esta indústria é causadora de vários impactos de sustentabilidade ecológica e intervém no bem-estar e qualidade de vida da população.

Para garantir a qualidade dos produtos é necessário intervir desde o início da cadeia alimentar, pois basta apenas um interveniente não ser responsável, para que o remanescente da cadeia também não o seja, uma das medidas para controlar este problema é a realização da rastreabilidade ao longo da cadeia de abastecimento alimentar.

Contudo, apesar das vantagens da RSE, algumas medidas têm um custo elevado, pelo que algumas empresas não têm recursos suficientes para garantir a sua implementação.

A responsabilidade social empresarial, como já referimos não depende só das empresas como também dos seus *stakeholders*, pelo que os padrões de consumo da população têm um papel essencial na produção dos produtos alimentares, isto é, se a população optar por comprar apenas produtos que são produzidos de forma responsável irá fazer com que aumente a produção destes.

Ao longo do estágio curricular, com as tarefas desempenhadas que tinham o objetivo de acompanhar o produto desde a sua aquisição até expedição e com as práticas dos colaboradores dos procedimentos do manual de segurança alimentar da entidade, foi possível alargar os conhecimentos e compreender melhor o papel da RSE na indústria alimentar, que ajudou na elaboração do presente relatório.

O manual de segurança alimentar, para além de aprofundar os conhecimentos e compreender melhor a RSE, ao enumerar os cuidados e políticas que a empresa e os colaboradores devem praticar, assegura que fabricação dos seus produtos é feita de forma segura para consumo. A segurança alimentar é também observada através do certificado de HACCP que a entidade possui, para além deste certificado a N.G.G., S.A. também possui o certificado ponto verde, certificado de recolha de óleos alimentares usados e o certificado PME líder 2018.

A N.G.G., S.A distribui pelos seus funcionários na sua hora de saída produtos que não tenham sido vendidos ou que não possuam a apresentação desejada para os vender, para além dos funcionários a Vasco da Gama também doa alimentos a instituições locais.

Com os certificados que a entidade acolhedora possui e as suas iniciativas para com os funcionários e instituições locais, pode-se observar que esta tem algumas práticas de responsabilidade social. Contudo, reconhecemos que a N.G.G., S.A muito poderá melhorar relativamente à responsabilidade social, promovendo práticas como: organização de eventos, menus ou promoções especiais, onde parte do lucro obtido irá ser doado para causas humanitárias, uso de sistemas de consumo eficiente para reduzir os gastos, principalmente os relativos aos fornecimentos e serviços externos, como os de eletricidade, água e gás, e uma política de recursos humanos inclusiva.

Concluído este trabalho ficámos com a certeza de que é um tema desafiante e que em trabalhos futuros sugerimos completar com questionários a empresas do ramo, para averiguar melhor o seu compromisso com a sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

- Accountability. (2008). *AA1000 accountability principles standard 2008*. Obtido de: https://www.accountability.org/wpcontent/uploads/2016/10/AA1000APS_english.pdf em 15/02/2019;
- Barlett, P. F. (2011). Campus sustainable food projects: critique and engagement. *American anthropologist*, Vol.113, N.º1, pp.101-115;
- Bilinelli, L. (2016). *Valuing the use of Corporate Social Responsibility in Australian food industry*. Veneza: Universidade Ca'Foscari Venezia. Dissertação de mestrado;
- Carroll, A. B. (2000). Ethical challenges for business in the new millennium: Corporate social responsibility and models of management morality. *Business Ethics Quarterly*, Vol. 10, N.º 1, pp. 33-42;
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2000). *Business and society: Ethics and stakeholder management*: Cincinnati. OH: South-Western College Publishing;
- Catraio, L. (2012). *A Responsabilidade Social Corporativa numa empresa Internacional*. Setúbal: IPS – Escola Superior de Ciências. Dissertação de mestrado;
- Chen, D. M., Tucker, B., Badami, M. G., Ramankutty, N., & Rhemtulla, J. M. (2016). A multi-dimensional metric for facilitating sustainable food choices in campus cafeterias. *Journal of Cleaner Production*, Vol.135, pp. 1351-1362;
- Conde, M.F. (2014) *Diseño de Índices de Divulgación de la Información de Responsabilidad Social Empresarial y Gobierno Corporativo: Un Análisis en las Mayores Empresas de la Península Ibérica*. Badajoz: Universidad de Extremadura. Tese de Doutoramento;
- Cunha, M., Rego, A., Cunha, R., & Cabral-Cardoso, C. (2007). *Manual de Comportamento Organizacional e Gestão*. Lisboa: Editora RH. 6ªEd.;
- Cheibub, Z. B., & Locke, R. M. (2002). *Valores ou interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas. Empresa, empresários e globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, pp.279-291;

- Comissão das Comunidades Europeias. (2001). *Livro Verde da Comissão Europeia: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas: CCE;
- COMPETE. (2011). *Manual de Responsabilidade Social*. Obtido de: <http://www.pofc.qren.pt> em: 15/04/2019;
- DECO. (2011). *Sulfitos: evite se possível*. Obtido de: <https://www.deco.proteste.pt/alimentacao/seguranca-alimentar/dicas/sulfitos-evite-se-possivel>. em 02/05/2019;
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures: a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.15 N.º3, pp.282-311;
- EQUAL. (2001). *Programa de Iniciativa Comunitária Equal – Portugal. 2001*. Obtido de: https://www.een-portugal.pt/destaque/Documents/Programa_Equal.pdf em 30/04/2019;
- Eugenio, T. (2010). Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, Vol.6, n.º1, pp. 102-118;
- Faria, M. J. (2015). *Responsabilidade social empresarial: relato e análise económica e financeira*. Porto: Vida Economica Editorial;
- Fernandes, N. (2010). *A Responsabilidade Social das Empresas - A dimensão interna: uma ferramenta para a criação de valor*. Lisboa: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa. Dissertação de mestrado;
- Fontes, A. C. M. (2011). *Responsabilidade social das Empresas: Realidade ou utopia*, Universidade de Aveiro. Dissertação de mestrado;
- Forsman-Hugg, S., Katajajuuri, J. M., Paananen, J., Pesonen, I., Järvelä, K., & Mäkelä, J. (2009). CSR in the food supply chain: Description of an interactive process in constructing the content of CSR. Finlândia: *MTT Agrifood Research*;

- Gheribi, E. (2017). The activities of foodservice companies in the area of corporate social responsibility – on example of international fast food chain. *Journal of Positive Management*. Vol. 8. pp.64-77;
- Garriga, E. & Melé (2004). Corporate Social Responsibility, Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*. N.º 53 pp.51-71;
- Guerra, J. (2015). *Proposta de implementação da responsabilidade social numa empresa de engenharia e construção*. Porto: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Dissertação de mestrado;
- Gomes, E. (2010). *A aplicação da responsabilidade social das empresas: o caso do grupo Auchan*. Lisboa: Faculdade de Letras. Dissertação de mestrado;
- Gomes, N. (2015). *A responsabilidade social empresarial em Portugal 2012 – 2014 da imprensa*. Viseu: Universidade Católica Portuguesa. Dissertação de mestrado;
- Hartmann, M. (2011). Corporate social responsibility in the food sector. Holanda:*European Review of Agricultural Economics*, Vol. 38, p. 297-324;
- Heikkurinen, P., Jalkanen, L., Järvelä, K., Järvinen, M., Katajajuuri, J-M., Koistinen, L. & Forsman-Hugg, S. (2012). Corporate Responsibility in the Food Chain:The Criteria and Indicators. *Proceedings in Food System Dynamics*, pp. 653-666;
- Heikkurinen, P., Forsman-Hugg, S. (2011). Strategic corporate responsibility in the food chain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 18, N.º5, pp.306–316;
- Hertog, M. L., Uysal, I., McCarthy, U., Verlinden, B. M., & Nicolai, B. M. (2014). Shelf life modelling for first-expired-first-out warehouse management. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, N° 372 (2017);
- Hughes, D. (1995). Animal welfare: the consumer and the food industry. *British Food Journal*, Vol.97, N.º10, pp. 3-7.
- ISO. (2017). *ISO and food*. Obtido de:<https://www.iso.org/>. em:03/06/2019

- Mahatma Gandhi (1980). *All Men are Brothers: Autobiographical Reflections*, p.121, Reino Unido:A&C Black
- Maloni, M. J., & Brown, M. E. (2006). Corporate social responsibility in the supply chain: an application in the food industry. *Journal of business ethics*, Vol.68, N.º1, pp.35-52.
- Martin, P. L. (1991). Hearings of the commission on agricultural workers. *Labor Management Decisions*, Vol., N.º1, pp.6-7.
- Matten, D. & Moon, J. (2008). 'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review* Vol. 33, N.º. 2;
- Millennium Ecosystem Assessment. *Overview of the Millennium Ecosystem Assessment*, Obtido de <http://www.millenniumassessment.org/en/About.html> em 03/05/2019;
- Miranda, A. (2012). *Estudo de implementação da NP EM ISO 22000:2005 na sala de desmancha de carnes frescas da Empresa “X” Cash&Carry*. Lisboa: Faculdade de Ciências e Tecnologia. Dissertação de mestrado;
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer affairs*, 35(1), pp. 45-72.
- Monteiro M. (2005). A Responsabilidade Social das Empresas (RSE), Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários, N.º 21, Agosto 2005, obtido de <http://www.cgov.pt> em 13/04/2019;
- Murphy, P. R., & Poist, R. F. (2002). Socially responsible logistics: an exploratory study. *Transportation Journal*, pp.23-35;
- Myran, C. (2018). Good Food Glossary: Supply Chain vs Value Chain, Obtido de: <https://www.newventureadvisors.net/> em 17/06/2019;

- Neves A. (2014). *Corporate Social Responsibility in the supply chain – The role of small and medium-sized enterprises*. Lisboa: Instituto Superior Técnico Lisboa. Dissertação de mestrado;
- Neves, M. E., & Dias, A. C. G. (2013). Responsabilidade social corporativa: teorias predominantes na investigação em contabilidade. *Revista Razão Contábil & Finanças*, Vol.3, N.º1;
- Neto, A. (2015). *Novo Código do Trabalho e Legislação Complementar – Anotados*, Lisboa: Ediforum;
- Oliveira, J. A. P. (2013). *Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora;
- Pantani D. (2010). De quem é a responsabilidade? *A estratégia de responsabilidade social empresarial no âmbito das políticas públicas ambientais brasileiras*. Coimbra: Universidade de Coimbra. Dissertação de mestrado;
- Portugal. Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios das Finanças, da Defesa Nacional, da Economia, do Ambiente, Ordenamento do Território e Energia e da Agricultura e do Mar. Portaria n.º 14/2014. Diário da República n.º 16/2014, Série I 23 de Janeiro de 2014, pp.474-479;
- Rocha, A. (2010). *Ética, deontologia e responsabilidade social*. Porto: Vida Económica.
- Santos, M. J., Santos, A., Pereira, E. & Almeida, J. (2006). Responsabilidade social nas PME. 1ªEd, Editora RH. Lisboa;
- Santos C. (2017). *Divulgação de Responsabilidade Social, sustentabilidade e desempenho económico-financeiro a adoção de práticas de responsabilidade social*, Porto: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Dissertação de mestrado;
- Schröder, M. J., & McEachern, M. G. (2004). Consumer value conflicts surrounding ethical food purchase decisions: a focus on animal welfare. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 28, N.º2, pp. 168-177.

Silva, A. C., & Garcia, R. A. M. (2011). TEORIA DOS STAKEHOLDERS E RESPONSABILIDADE SOCIAL: algumas considerações para as organizações contemporâneas. Trabalho de conclusão de curso para obtenção de nota parcial no curso de pós-graduação lato sensu à distância em *MBA-Executivo em Gestão Empresarial pelo convênio UCDB/Portal da Educação*.

Silva, F., Freitas, L., Cândido, G., Santos D., Santos, D. & Macedo, L. (2016). Theoretical models of corporate social responsibility and corporate social performance: An analysis from the decade 1950-2000. *Revista Espacios*. Vol. 37, N.º 2;

Sítio Eletrónico: pt.euronews.com/2018/12/15/cop-24-trabalhos-prolongados-a-procurado-acordo em 02/04/2019;

Sítio Eletrónico: <https://www.asae.gov.pt/> em 15/04/2019;

Sítio Eletrónico: www.apee.pt/apee/ em 12/04/2019;

Sítio Eletrónico: <https://www.bcsdportugal.org/> em 19/03/2019;

Sítio Eletrónico: www.grace.pt em 21/03/2019;

Sítio Eletrónico: www.globalcompact.pt/about/un-global-compact em 26/04/2019;

Sítio Eletrónico: <https://www.google.pt/maps> em 15/06/2019;

Sítio Eletrónico: www.greatplacetowork.pt/ em 08/02/2019;

Sítio Eletrónico: www.iso.org em 07/03/2019;

Sítio Eletrónico: <https://www.jn.pt/economia/interior/talhos-apanhados-a-vender-carne-falsificada-e-estragada-10939372.html> em 14/06/2019;

Sítio Eletrónico: <https://www.lidl.pt/pt/carne.htm> em 04/03/2019;

Sítio Eletrónico: <https://www.mcdonalds.com> em 22/05/2019;

Sítio Eletrónico: <https://observador.pt/2018/01/25/portugal-estado-nao-garante-seguranca-e-saude-no-trabalho/> em 15/05/2019;

Sítio Eletrónico: <http://www.rigor.com.br/> em 19/04/2019;

Sítio Eletrónico: <https://www.saudecuf.pt/> em 28/04/2019;

Sítio Eletrónico: <http://www.vasco-da-gama.net> em 03/06/2019;

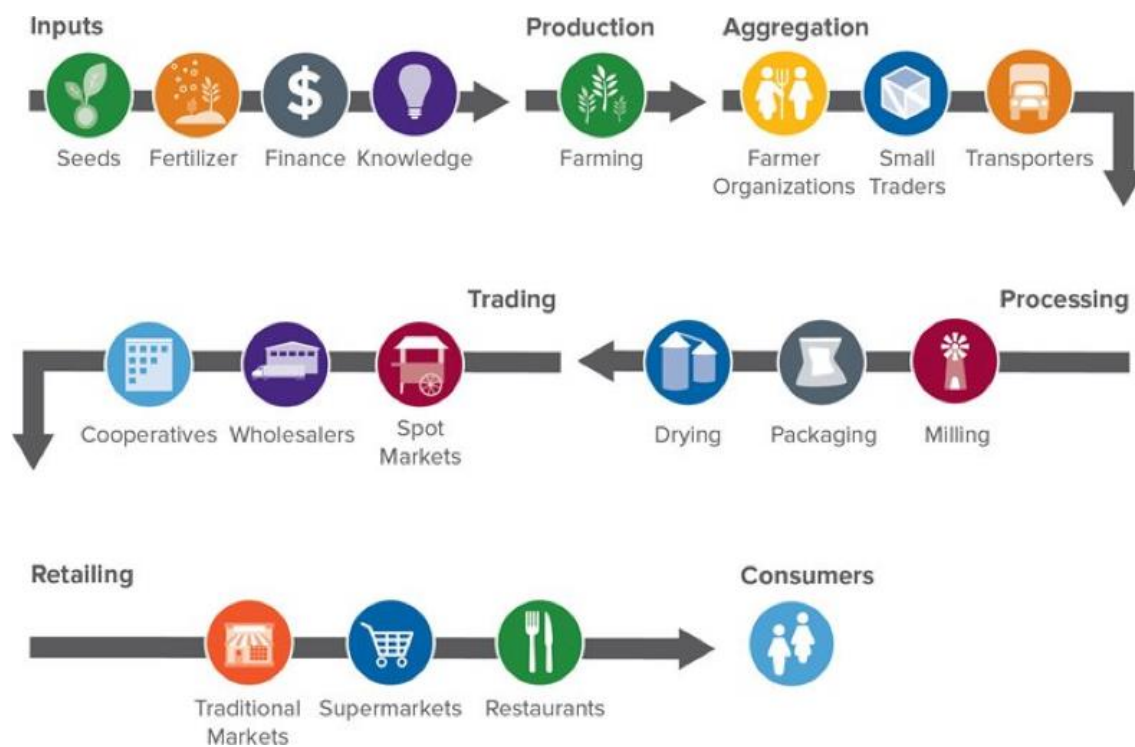
Sodhi, M. & Tang, C., (2017). Corporate social sustainability in supply chains: a thematic analysis of the literature, *International Journal of Production Research*. 1-20;

TheFork. (2018). *Responsabilidade social na gestão de restaurantes*. Obtido de: <https://www.theforkmanager.com/pt-pt/blog/responsabilidade-social-gestao-restaurantes/> em 15/04/2019;

WHO. (2006). A guide to healthy food markets. World Health Organization. Obtido de: <https://www.who.int/foodsafety/publications/healthy-food-market/en/> em:20/03/2019

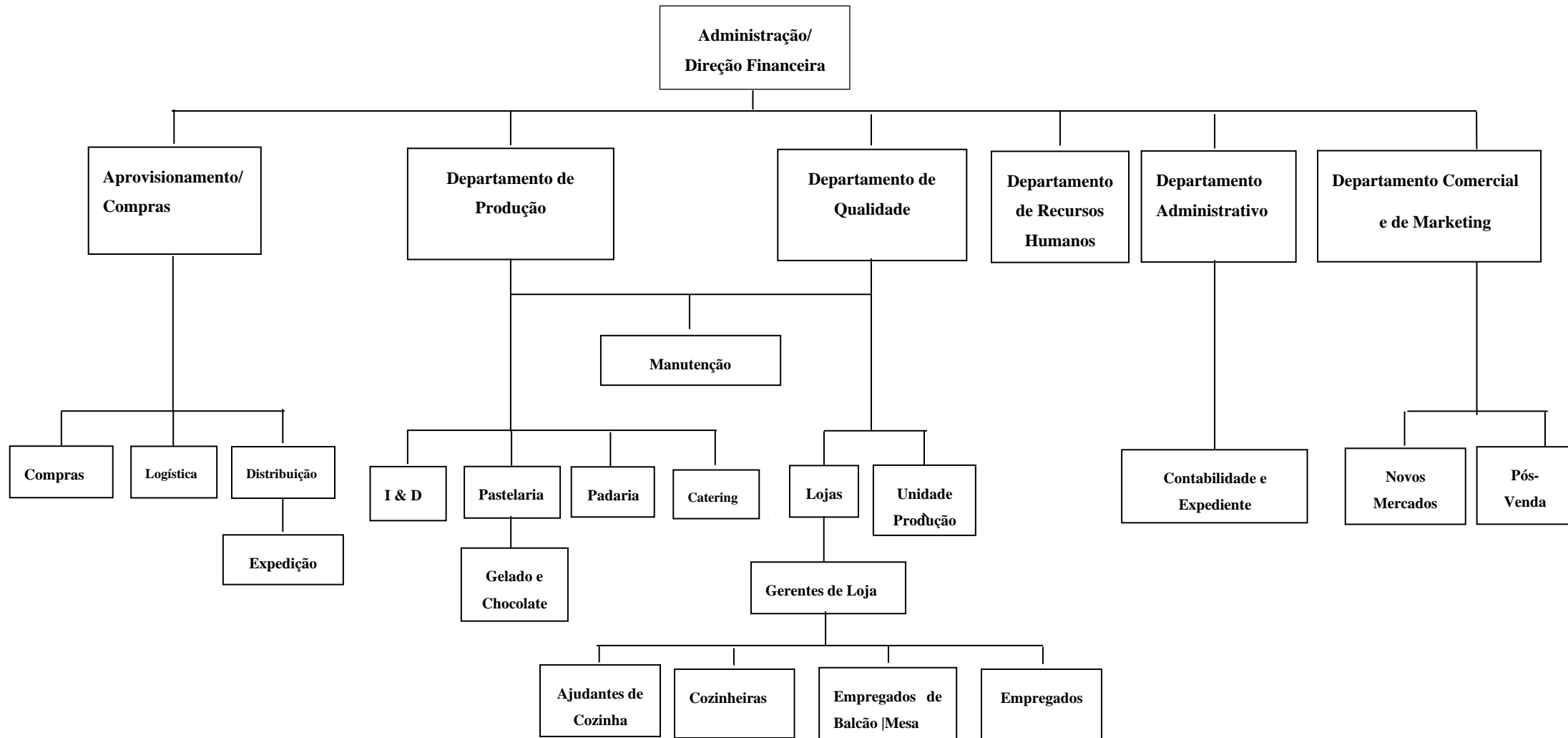
ANEXOS

Anexo I - Complexidade da Cadeia de Abastecimento



Fonte: Myran, 2018

Anexo II - Organograma integral da N.G.G., S.A.



Anexo III - Declaração de HACCP da N.G.G., S.A.

DECLARAÇÃO HACCP

DECLARA-SE PARA OS DEVIDOS EFEITOS QUE A EMPRESA NOVA GAMA GOURMET, INDUSTRIA ALIMENTAR S.A., NIF 501419926, TEM IMPLEMENTADO O PLANO HACCP (HAZARD ANALYSIS AND CRITICAL CONTROL POINTS – ANÁLISES DE PERIGO E CONTROLO DE PONTOS CRÍTICOS) DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR (ARTIGO 5º DO REGULAMENTO (CE) Nº 852/2004 DE 29 DE ABRIL DE 2004.


**DEPARTAMENTO DE QUALIDADE
(ENGº ANDRÉ VÍTOR)**

←.....*André Vítor*.....→

COIMBRA, 4 DE JUNHO DE 2019

Nova Gama Gourmet, Industria Alimentar S.A.
Parque Industrial de Taveiro, Lote 29 3045-508 Taveiro; Telefone: 239 989090; Fax:
239 989091
N.º Contribuinte: 501 419 926

Anexo IV - Formulário dos visitantes da N.G.G., S.A.

	FORMULÁRIO VISITANTES
<p>Ao entrar no interior das instalações da Fábrica Nova Gama Gourmet S.A., os visitantes devem ter em atenção ao cumprimento de certas normas obrigatórias assim como manter o sigilo de qualquer informação sobre todos os procedimentos/Informações da empresa.</p> <p>Procedimentos a adotar ao entrar na fábrica:</p> <div data-bbox="288 674 1305 770">Utilização de equipamento de proteção adequado, composto por touca a cobrir totalmente os cabelos, bata descartável, cobrir sapatos e máscara naso bucal, se aplicável</div> <div data-bbox="288 808 1305 853">Não será permitido o uso de bijuterias nas mãos, braços, pescoços e orelhas</div> <div data-bbox="288 880 1305 925">É proibido fumar, comer, mascar ou mastigar</div> <div data-bbox="288 952 1305 996">Não é permitido o manuseamento de produtos nem de matérias-primas</div> <div data-bbox="288 1023 1305 1068">Não é permitida a utilização/ manuseamento de máquinas</div> <div data-bbox="288 1095 1305 1164">Devem fazer-se acompanhar pelo responsável que conduz a visita, não sendo permitido entrar em salas não sendo acompanhados</div> <p>Declaro que tomei conhecimento das informações acima mencionadas:</p> <p>NOME: _____</p> <p>EMPRESA: _____</p> <p>MOTIVO VISITA: _____</p> <p>RESPONSÁVEL INTERNO ACOMPANHAMENTO: _____</p> <p>HORA ENTRADA: _____ HORA SAÍDA: _____ DATA: __/__/__</p>	

Anexo V - Boletim de não conformidade

	<p>1</p> <p>BOLETIM DE NÃO CONFORMIDADE DE PRODUTO</p>
---	---

1. IDENTIFICAÇÃO DO PRODUTO NÃO CONFORME:

Código específico do produto / nome produto			
Nome do Fornecedor:			
Nome do produtor/fornecedor de origem (quando aplicável)			
Denominação do produto (específico)			
Data de Recepção do Produto			
Referente à FT/R/GT n.º:			
Data(s) de Produção:	Lote(s) n.º(s):	Data(s) de Validade:	Quantidade:

2. IDENTIFICAÇÃO DA NÃO CONFORMIDADE

Fora das especificações da Marca	Embalagem secundária em mau estado
Produto com sinais de degradação	Embalagem primária em mau estado
Prazo fora da validade ou com validade curta	Quantidades/Não Entrega
Rotulagem ausente	Entrega fora de horas: ____ h
Presença de objectos estranhos	Abandono do produto
Temperaturas fora dos limites de aceitação: ____ °C	Outros
Sinais evidentes de abusos de temperatura	
Descrição do Problema:	
Ações desencadeadas	Existe ruptura de Stock:
Separção e identificação como não conforme	Sim
Devolução na recepção	Existe possibilidade (há produto p.º ____ dias)
Outras	Não
Observações	

Responsável Compras/Qualidade

Anexo VI - Exemplo de uma fatura recebida conforme as condições

FATURA 13 1/10190486

Original
Page 1 of 1

TICKET CHEGADA
T1 Frente 5°C
Ass: [Redacted]
Hora e data
03 Set '19 12:17
TransScan Tracker

NOVA GAMA GOURMET - INDUSTRIA ALIMENTAR, SA
PASTELARIAS VASCO DA GAMA
PARQUE INDUSTRIAL DE TAVEIRO - LOTE 28 E 29
TAVEIRO
3045-508 TAVEIRO

RNANDES

Data	Condições de Pagamento	Forma Cobrança
02-09-2019	[Redacted]	VE

Descrição	Lote	Qtd.	Un.	Preço Unit.	Desc.Qtd	Desc.Prom.	% IVA	Valor
370153 [Redacted]	01103/2020	819242007	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
310212 [Redacted]	25111/2019	819239038	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

Resumo de IVA

Incidência	% IVA	Valor	Observações
[Redacted]	6.00	[Redacted]	
[Redacted]	23.00	[Redacted]	

Os bens e serviços constantes deste documento foram colocados à disposição do adquirente na data do mesmo, salvo informação em contrário

Local de Carga: Nossa Morada
Hora/Data de Carga: 6.00-03/09/2019
Local de Descarga: Veículo [Redacted]
Local de Entrega: Motorista [Redacted]
Peso: [Redacted]

Recebemos em boas condições toda a mercadoria constante deste documento cujo preço assumo dever liquidar dentro do prazo acordado.
Data: ____/____/____; Ass: ____


Sobre os produtos constantes do presente documento, incidem os descontos de quantidade, promocionais e financeiros, bem como demais contrapartidas constantes do contrato de fornecimento e demais acordos celebrados entre as partes, para efeitos do disposto no Decreto - Lei nº 166 / 2013 de 27 de Dezembro.

Em caso de litígio decorrente do presente fornecimento, o foro competente será o da Comarca de Coimbra.

Local de Entrega: 00-Sede
PARQUE INDUSTRIAL DE TAVEIRO - LOTE 28 E 29
TAVEIRO
3045-508 TAVEIRO

Rsp. Recepção: Inês Barbosa


Anexo VII - Mapa de custos

Ficha de Produção							
designação do produto	código do produto	validade	condições de conservação	peso líquido unidade	categoria de produto		
receita base	Unidades por receita base	Total de receitas* total unidades				custo final	
ingrdientes							
					Custo da Massa		
					perdas %	perdas Kg	massa Liq.
					€/kg de massa útil	nº de unds produzidas	preço / kg
					nº de unds/caixa		
					preço/ cx		
					Embalagem		
					Recursos Humanos		
					custo RH por minuto		
					minutos necessários		
					-		
					€		
					Bens, Serviços e Armazenamento		
					% do custc		
					Transporte		
					% do preço de venda		
					Somatório		
					Custo Total		
Método de Preparação							

Anexo VIII - Formulário de Rastreabilidade

[illegible]

Anexo IX – Ficha Técnica do Produto

 vasco da gama		RASTREABILIDADE <div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px;"></div>		Data: ____/____/____ VERIFICADO POR: _____	
PRODUÇÃO PARA: _____				LOTE: _____	
INGREDIENTES		RECEITA BASE	QUANTIDADE UTILIZADA	DADOS MATÉRIA PRIMA	
				LOTE	VALIDADE
CONTROLO DE TEMPOS E TEMPERATURAS DE COZEDURA					
TEMPERATURA COZEDURA (°C)		TEMPO (min)		TEMPERATURA FINAL DE COZEDURA	
CONTROLO DE TEMPOS E TEMPERATURAS DE CONGELAÇÃO					
TEMPERATURA TUNEL DE CONGELAÇÃO (°C)		TEMPO (min)		TEMPERATURA FINAL DO PRODUTO	
ANÁLISE SENSORIAL					
FORMA		TEXTURA	ODOR	SABOR	COR
EMBALAMENTO					
DATA DE EMBALAMENTO			COLAR ETIQUETA CX		
EMBALADO POR:					
QTD TOTAL	UNO				
AMOSTRA RASTREABILIDADE					
<div style="background-color: orange; padding: 2px;">COLOCAR SEMPRE ETIQUETA NO SACO DA AMOSTRA</div>					
Observações:					
<div style="height: 200px;"></div>					
CONDIÇÕES DE CONSERVAÇÃO					
CONSERVAR A TEMP -6 - 18°C					
CONSERVAR A TEMP INTER - 0 - 4°C					